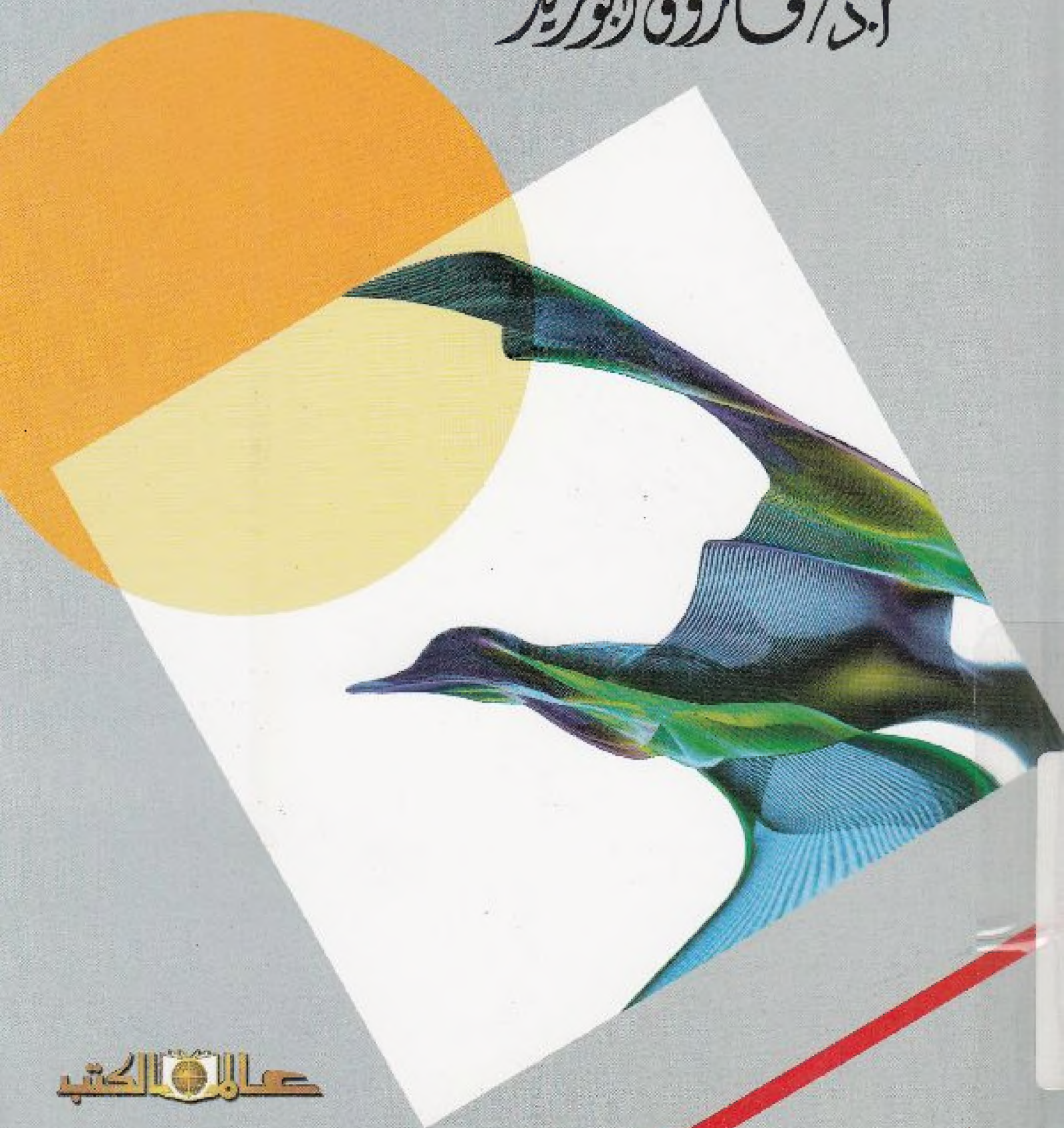


الإعلام والديمقراطية

أ.د. فاروق أبو زير



الإعلام والديمقراطية

• أبو زيد ، عمرو .

• الإعلام والديمقراطية

• عمرو أبو زيد، - ط ٩ - القاهرة : عالم الكتب ، 2010

• 288 ؛ ص 24 سم

• تدمك : 3-760-232-977 رقم الإيداع : 2009/20557

1- الإعلام

2- الرأي العام

3- الديمقراطية

306.42

4- العنوان

عالم الكتب

• المكتبة :

• الإدارة :

38 ش عبد الحفيظ ثروت - القاهرة

16 شارع جواد حسنى - القاهرة

تليفون: 23926401 - 2355953

تليفون: 23924626

ص . ب 66 محمد فريد

فاكس : 0020223959027

البريد الإلكتروني : 11518

www.alamalkotob.com — info@alamalkotob.com

الأعلام والديمقراطية



أ.د. فاروق أبو زير

دار الكتب

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

مقدمة

مُسَخَّاتِي مَسْأَلَةُ الْعِلَاقَةُ بَيْنَ الدِّيمُوقْرَاطِيَّةِ وَالصَّحَافَةِ بِشَكْلِ خَاصٍّ وَالْإِعْلَامِ بِشَكْلِ عَامٍّ، مِنْذُ فَتْرَةٍ مُبَكَّرَةٍ مِنْ حَيَاتِي الْعِلْمِيَّةِ، فَكَانَ مَوْضُوعَ رِسَالَتِي لِلْمَاجِسْتِيرِ هُوَ "نَشْأَةُ الْفِكْرِ اللَّيْبِرَالِيِّ فِي الصَّحَافَةِ الْمِصْرِيَّةِ" مِنْذُ نَشْأَةِ الصَّحَافَةِ الْمِصْرِيَّةِ فِي عَامِ ١٨٢٨مَ، وَحَتَّى نِهَاقَةِ الثَّوْرَةِ الْعَرَابِيَّةِ وَبَدَأِ الْإِحْتِلَالِ الْبَرِيطَانِيِّ لِمِصْرٍ فِي عَامِ ١٨٨٢مَ، ثُمَّ كَانَتْ رِسَالَتِي لِلدَّكْتُورِاهِ امْتِدَاداً لِمَوْضُوعِ رِسَالَةِ الْمَاجِسْتِيرِ وَتَنَاوَلَتْ تَطَوُّرَ الْفِكْرِ اللَّيْبِرَالِيِّ فِي الصَّحَافَةِ الْمِصْرِيَّةِ" مِنْذُ عَامِ ١٨٨٢ وَحَتَّى قِيَامِ أَوَّلِ حُكُومَةٍ دَسْتُورِيَّةٍ فِي عَامِ ١٩٢٤مَ.

وَقَدْ اعْتَمَدْتُ عَلَى الرِّسَالَتَيْنِ فِي مَجْمُوعَةِ كُتُبِي الْأَوَّلِي، وَالتِّي كَانَ شَاغِلَهَا الْأَوَّلُ الْبَحْثُ فِي الْعِلَاقَةِ بَيْنَ الصَّحَافَةِ وَالْدِّيمُوقْرَاطِيَّةِ، وَكَانَ كِتَابِي الْأَوَّلُ بِعَنْوَانِ "الصَّحَافَةُ وَقَضَايَا الْفِكْرِ الْحَرْفِيِّ فِي مِصْرٍ"، وَتَلَاهُ كِتَابُ "أَزْمَةُ الدِّيمُوقْرَاطِيَّةِ فِي الصَّحَافَةِ الْمِصْرِيَّةِ"، ثُمَّ كِتَابُ "أَزْمَةُ الْفِكْرِ الْقَوْمِيِّ فِي الصَّحَافَةِ الْمِصْرِيَّةِ"، كَذَلِكَ احْتَلَّتْ مَسْأَلَةُ الدِّيمُوقْرَاطِيَّةِ حِيزاً كَبِيراً فِي كِتَابِي الرَّابِعِ "عَصْرُ التَّنْوِيرِ الْعَرَبِيِّ".

وَكَانَتْ خِلَاصَةً مَا تَوَضَّعْتُ إِلَيْهِ فِي هَذِهِ الْمَرْحَلَةِ الْمُبَكَّرَةِ، أَنَّ الْقَانُونِ الَّذِي يَحْكُمُ الْعِلَاقَةَ بَيْنَ الصَّحَافَةِ وَالْدِّيمُوقْرَاطِيَّةِ فِي مِصْرٍ وَالْوَطَنِ الْعَرَبِيِّ يَقُومُ عَلَى مُعَادِلَتِهِ مِنْ شَطْرَيْنِ: أَنَّ الصَّحَافَةَ تَرْتَقِي فِكْرِيّاً وَمِهْنِيّاً كُلَّمَا زَادَتْ مَسَاحَةُ الدِّيمُوقْرَاطِيَّةِ الْمَتَاحَةِ لَدَيْهَا، وَأَنَّهَا تَتَخَلَّفُ فِكْرِيّاً وَمِهْنِيّاً كُلَّمَا ضَاغَتْ مَسَاحَةُ هَذِهِ الدِّيمُوقْرَاطِيَّةِ، وَقَدْ تَبَدَّرَ هَذِهِ النَتِيجَةُ أَمْرٌ مَأْلُوفٌ الْآنَ، وَلَكِنَّهَا كَانَتْ فِي نِهَاقَةِ

للمستعينات وبداية السبعينات من القرن العشرين، عندما ظهرت هذه المؤلفات أمراً مناقضاً للفكر السائد في ذلك الوقت وذلك بسبب هيمنة النظام الإعلامي السلطوي في مصر ومعظم البلدان العربية.

وفي الفترة التالية انشغلت بعدد من المؤلفات الأكاديمية التي تركز في صميم التخصص ومنها كتب: فن الخبر الصحفي، وفن الكتابة الصحفية ومدخل إلى علم الصحافة، والصحافة المتخصصة، والكتابة للجريدة والمجلة، حيث اكتشفت أن للفنون الصحفية تفقد كثيراً من أصولها العلمية عندما تطبق في نظم إعلامية غير ديمقراطية، وبذلك نقل فوائدها إلى حد كبير.

ثم عاد موضوع العلاقة بين الإعلام والديموقراطية يشغلني من جديد وبشكل مباشر، خاصة مع نهاية السبعينات ومقدم الثمانينات عندما بدأت هامش الديمقراطية يتسع قليلاً في عدد محدود من البلدان العربية رغم أنه كان يسير إلى الأمام خطوتين ثم يتراجع خطوة، وهكذا حتى جاء عام ١٩٨٩م وفيه سقط الاتحاد السوفيتي ومنظومة الدول الاشتراكية وانهار النظام الإعلامي الدولي القائم على الثنائية القطبية ليتحول إلى هيمنة القطب الواحد، معلناً انتصار النظام الإعلامي للغربي، الليبرالي الهوية، وانهار النظام الإعلامي الاشتراكي، السلطوي الهوية، وما رافق ذلك من ثورة تكنولوجية وبالذات في مجالي الاتصال والمعلومات.

وقد عبرت عن هذه المرحلة بمجموعة من المؤلفات التي حاولت أن ترصد تطور العلاقة بين الإعلام والديموقراطية في ظل المتغيرات المحلية والإقليمية والدولية، فأصدرت كتاب "الصحافة العربية المهاجرة" ثم "النظم الإعلامية في الوطن العربي"، ثم "انهيار النظام الإعلامي الدولي"، وقد توجت هذه المرحلة بكتاب "الإعلام والسلطة" الذي صدر في أواخر عام ٢٠٠٧م.

وقد خلصت منها إلى بناء نموذج Model يسمح بتوصيف دقيق لهوية النظام

الإعلامي في مجتمع ما، وما إذا كان هذا النظام سلطوياً أو ديمقراطياً، ويقوم هذا النموذج على تحديد واضح لعدد من السمات أو المعايير التي يتميز بها النظام الإعلامي، وقد أوجزت هذه المعايير في تسعة معايير يتم من خلالها تحديد هوية النظام الإعلامي وهي: نمط الملكية، وطرق الربح أو الإصدار، والتأمين المالي، وحق ممارسة العمل الإعلامي، والجزاءات والعقوبات، والرقابة، وحق انتقاد نظام الحكم، وحق انتقاد رئيسي الدولة، وحق الحصول على المعلومات، وتم وضع عدد من المؤشرات ضمن كل معيار من المعايير التسعة، حيث بلغت ٣٥ مؤشراً للدلالة على النظام الإعلامي السلطوي، و ١٦ مؤشراً للدلالة على النظام الإعلامي الديمقراطي. وتطبيقاً لهذا النموذج قمت بتحليل النظم الإعلامية العربية، وانتهيت إلى وجود "جزر ديموقراطية في محيط سلطوي".

أما الكتاب الذي أضفناه بين يديك اليوم، فهو يبحث في العلاقة بين الإعلام والديموقراطية من خلال تسعة فصول يتناول أولها "مفهوم الديمقراطية" في حين يتناول الفصل الثاني مفهوم ديموقراطية الإعلام، أما الفصل الثالث فهو يتناول مفهوم ديموقراطية الثقافة، ويعالج الفصل الرابع ديموقراطية الإعلام بين الحرية والمسئولية أما الفصل الخامس فيتناول الديمقراطية وخصخصة الإعلام، ويتناول الفصل السادس ديموقراطية القنوات الفضائية، أما الفصل السابع فيعالج قضية الإعلام والانتخابات في حين يعالج الفصل الثامن الإعلام ودمقراطية جماعات الإسلام السياسي، أما الفصل التاسع والأخير فهو يتناول الإعلام وقضايا التحول الديمقراطي.

ولقد تعودت أن أسأل نفسي عندما أبدأ في وضع مؤلف جديد: لماذا أكتبه؟

وبالطبع ففي مقدمة أسبابي في تأليف هذا الكتاب هو رغبتني في عرض رؤيتي في الموضوع، خاصة وأن مسألة الإعلام والديموقراطية بطبيعتها قضية

خلافية وتحيط بها عوامل متشابكة يختلط فيها الإعلام بالسياسة، والغايات النبيلة بالمصالح الضيقة، والحقائق بالأوهام، والموضوعية بالتحيز. وهناك سبب طاع لرغبتي في الكتابة في هذا الموضوع، وهو أن تبقى نار المناقشة مشتعلة حول قضية الإعلام والديمقراطية، وأن تحتل هذه القضية مكاناً متقدماً في أجندة اهتمامات الرأي العام في بلادنا، لأن ذلك في رأينا هو أحد الوسائل المهمة التي ستساعد في تطور ديمقراطية الإعلام في مجتمعاتنا العربية رغم ما يشوب هذه المجتمعات من سمات سلطوية.

إن الكتاب يطرح العديد من الأسئلة ويحاول الإجابة على الكثير منها، وهو يترك للقارئ مساحة واسعة من الحرية للتفكير في هذه الأسئلة لعله يهتدي إلى إجابات أخرى عنها مسترشداً أو مختلفاً أو مضيفاً إلى الإجابات التي توصل إليها المؤلف، فالعلاقة بين الإعلام والديمقراطية أصبحت اليوم قضية مصيرية بالنسبة للجميع في بلادنا، لا فرق في ذلك بين المؤلف أو القارئ، فالجميع في الهم سواء.

هاروق أبو زيد

خلافية وتحيط بها عوامل متشابكة يختلط فيها الإعلام بالسياسة، والغايات النبيلة بالمصالح الضيقة، والحقائق بالأوهام، والموضوعية بالتحيز. وهناك سبب طاع لرغبتي في الكتابة في هذا الموضوع، وهو أن تبقى نار المناقشة مشتعلة حول قضية الإعلام والديمقراطية، وأن تحتل هذه القضية مكاناً متقدماً في أجندة اهتمامات الرأي العام في بلادنا، لأن ذلك في رأينا هو أحد الوسائل المهمة التي ستساعد في تطور ديمقراطية الإعلام في مجتمعاتنا العربية رغم ما يشوب هذه المجتمعات من سمات سلطوية.

إن الكتاب يطرح العديد من الأسئلة ويحاول الإجابة على الكثير منها، وهو يترك للقارئ مساحة واسعة من الحرية للتفكير في هذه الأسئلة لعله يهتدي إلى إجابات أخرى عنها مسترشداً أو مختلفاً أو مضيفاً إلى الإجابات التي توصل إليها المؤلف، فالعلاقة بين الإعلام والديمقراطية أصبحت اليوم قضية مصيرية بالنسبة للجميع في بلادنا، لا فرق في ذلك بين المؤلف أو القارئ، فالجميع في الهم سواء.

هاروق أبو زيد

الفصل الأول

ديموقراطية القرن الحادي والعشرين

لا يوجد تعريف جامع مانع للديموقراطية ولكنها غالباً ما تشير إلى معنيين: مثل أعلى، ونظام سياسي، وهي لا تتمثل في شكل سياسي واحد، فلها أكثر من وجه، وهي نتاج لتطور الحياة السياسية في المجتمعات الغربية، وكان وما يزال يدعى الإيمان بها أصحاب مبادئ ونظم سياسية متعارضة، يقول بها الليبراليون والاشتراكيون والشيوعيون، ويدعيها أيضاً العلمانيون والدينيون، ولكن الذين يطبقونها في الواقع أقل من هؤلاء بكثير، ولها أسماء متعددة وقد تبدو في حالات كثيرة متعارضة، فهناك الديموقراطية الليبرالية، والديموقراطية الاجتماعية والاشتراكية الديموقراطية، والديموقراطية الشعبية وغيرها.

إن الديموقراطية في جوهرها تعني سيادة مبدأ الشرعية، فالسلطة تكون شرعية فقط حين تتبع من الشعب وبرضائه، وحرفياً تعني الديموقراطية: سلطة الشعب أو حكم الشعب^(١).

والديموقراطية تستخدم بعدة معانٍ فالتعريف الأصلي للكلمة، أنها شكل من أشكال الحكم يمارس فيه مجموع المواطنين مباشرة حق اتخاذ القرار السياسي تطبيقاً لحكم الأغلبية، وهو ما يطلق عليه الديموقراطية المباشرة، وهناك الديموقراطية التمثيلية أو النيابية وهي التي يمارس فيها الأفراد الحقوق ذاتها ولكن من خلال ممثلين عنهم يختارونهم ويصيرون مسئولين أمامهم، وهناك شكل آخر من أشكال الديموقراطية يقترب من الديموقراطية التمثيلية إلا أن

سلطة الأغلبية فيه تظل مقيدة في إطار القيود التي تضمن للأقلية التمتع بحقوق جماعية وفردية مثل حرية الكلام والدين وهو ما يعرف باسم الديمقراطية القانونية، كذلك فإن كلمة ديمقراطية قد تستخدم أحياناً لوصف أي نظام سياسي أو اجتماعي دونما اعتبار ما إذا كانت الحكومة ديمقراطية بالمعاني الثلاثة السابقة أم لا، خاصة في النظم التي تتجه إلى تقليل الفوارق الاقتصادية والاجتماعية بين الأفراد، والناشئة عن التوزيع غير العادل للثروة الوطنية، وهي نظم تعرف بالديموقراطية الاجتماعية أو الاقتصادية أو الشعبية^(٢). ويتسع مفهوم الديمقراطية ليشمل الطرق المختلفة التي يشترك بواسطتها الشعب في الحكم، ومن هذه الطرق الديمقراطية المباشرة، والتي يتم من خلالها اشتراك الشعب في اتخاذ القرارات وتنفيذ السياسة العامة، كما كان حادثاً في المدن اليونانية القديمة، ومن هذه الطرق أيضاً الديمقراطية الليبرالية، وهي السائدة في الولايات المتحدة الأمريكية وبريطانيا وبقية دول غرب أوروبا وكندا واليابان والهند وغيرها، وهي تقوم على الحكومة الدستورية والتمثيل الشعبي وحق الانتخاب العام، ثم هناك الديمقراطيات الاقتصادية والاجتماعية والشعبية، وأكثر مفاهيمها في نظر دائرة المعارف الأمريكية، غامضة^(٣).

إن السيطرة الفعالة على الشؤون الإنسانية من جانب الجماهير الشعبية هو جوهر الديمقراطية في رأي أرنولد توينبي، ولكنه يرى أن هذا مثلاً أعلى نادراً ما يتم في الواقع، ذلك أن العالم يتجه في المستقبل إلى الحصول على مزيد من التقدم نحو الديمقراطية بمعنى المساواة الاجتماعية أكثر منه نحو الديمقراطية بمعنى الحرية السياسية^(٤)، ولكن الأيام أثبتت فيما بعد عدم صحة تنبؤاته حيث سار التقدم نحو الديمقراطية بالمعنى السياسي بأكثر مما سار بالمعنى الاجتماعي. والحكومة الديمقراطية لا بد لها من ثلاثة شروط على الأقل وهي وحدة وتضامن المجتمع بالدرجة التي تسمح بالمناقشة دون تهديد لوحدة المجتمع

نفسه، والإيمان بحرية الفرد وحماية ملكيته، وتحقيق الانسجام والتوازن بين القوى الاقتصادية والسياسية والاجتماعية لتحقيق العدل الاجتماعي.

ومن المهم أن نفرق بين الليبرالية والديموقراطية فالليبرالية مفهوم متعلق بالغايات وحدود السلطة، أما الديموقراطية فمفهوم متعلق بوسائل ممارسة هذه السلطة وتحقيق هذه الغايات، وإن كان منطق الليبرالية يؤدي إلى الديموقراطية، فإنه لكي تصبح الديموقراطية حقيقية لابد من احترام الحريات الليبرالية كحرية التعبير وحرية المناقشة وحرية الاجتماع، لقد كانت الديموقراطية تشكل الجانب السياسي من الليبرالية، حيث اعتبرت الليبرالية أن السيادة لابد وأن تكون للفرد وأن الديموقراطية ما وجدت إلا لتحقيق المصلحة الفردية، وهو المنطق الذي يتبناه من يقولون أن الديموقراطية الاقتصادية لا تعني تحقيق العدل الاجتماعي كما يقول بذلك الاشتراكيون، وإنما هي تعني بتحقيق الثروة الفردية وحمايتها، والليبرالية السياسية تتطابق مع الديموقراطية حيث لا تفرق الحكومة بين الأفراد سواء في النواحي التشريعية أو النواحي الإدارية، وأن تطبق القانون عليهم جميعاً تطبيقاً عادلاً، فوجود الديموقراطية رهن بتطبيق مبدأ سيادة القانون، فالحكم الديمقراطي هو الحكم القانوني، لذلك فلكي تكون الحكومة ديموقراطية لابد وأن يتوافر لديها أربعة شروط وهي: أن لا يعاقب إنسان إلا في حالة خرقه للقانون، وأن يطبق القانون على الجميع، وأن العقاب يجب أن يكون مناسباً للجرم، وأن يطبق مبدأ سيادة القانون على مختلف نواحي الحياة في الدولة^(٥).

ويلاحظ وجود شبه اتفاق على ضرورة أن يسمح المجتمع الديمقراطي للمواطنين بحق التجمع معاً في ضوء أي هدف أو مبدأ طالما أن أغراضهم ليست ضارة بغيرهم، وهناك صعوبة في تعريف ما هو ضار، إذ ليس هناك أكثر ضرراً من حرمان الشعب من ممارسة حقوقه الطبيعية وإبرازها حقه في المشاركة في إصدار القرارات السياسية وفي الرقابة على القرارات الحكومية.

وهناك من يرى وجود حالات لا تتطابق فيها الديمقراطية مع الحرية بمعنى Liberty "فوضع القوة السياسية الأساسية في المجتمع في يد الفئات الجاهلة يعني وضعها في الأيدي الأقل اهتماماً بالحرية السياسية، فكثيراً ما تسير الفئات الجاهلة بولاء مطلق وبغير وعي وراء قائد قوي سرعان ما يطيح بالديموقراطية وهناك من يفرق بين الديمقراطية والحرية بمعنى Freedom ويرى أنهما لا تعنيان نفس الشيء، ذلك أن Freedom تعني التخلص من القيود وعلى ذلك فهي مرحلة ممهدة للديموقراطية، أما Liberty فهي المفهوم السياسي لـ (Freedom) فالشعب الديمقراطي شعب محرر (Liberated) ولكن الشعب المحرر ليس دائماً ديمقراطياً، فالشعب قد يكون حراً سياسياً ولكن ليس ديمقراطياً فالاستقلال لا يعني الديمقراطية^(٦).

ويوجد مظهران عامان للديموقراطية، المظهر النظامي السياسي والمظهر السلوكي، وبالتالي فهي نظام سياسي يقتسم فيه المواطنون السلطة ويختارون حكامهم بحرية ويحتفظون لأنفسهم بالرقابة الدائمة على حكومتهم، وبحكم هذا المظهر النظامي خمسة مبادئ وهي: المساواة أمام القانون، والمساواة في الاقتراع، وانتخاب الممثلين النيابيين دورياً، وأن يكون التشريع بموافقة الأغلبية، وحرية العمل السياسي ووضع البرامج السياسية^(٧).

وقد يضاف إلى هذه المبادئ الخمسة مبدأ سادساً وهو الرفاهية الاجتماعية، ولكن يبقى أن العامل الرئيسي الذي لا يمكن المساس به في المجتمع الديمقراطي هو حق الشعب في اختيار حكامه أو الاستغناء عنهم في مواعيد محددة وفي إطار الحريات السياسية وبلا خوف أو تهديد^(٨).

أما على مستوى المظهر السلوكي فللديموقراطية مجال أوسع للتطبيق، فهي طريقة حياة وأسلوب للنظر إلى الأشياء والشعور إزاء الإنسانية وهو الأمر الذي يتطلب نوعاً من التربية الديمقراطية طويلة المدى^(٩).

نقد الديمقراطية

لا يمكن فهم الديمقراطية فهماً صحيحاً دون النظر إلى الانتقادات التي وجهت إليها وخاصة تلك التي جاءت من جانب الاشتراكيون والماركسيون، فالمفكر الاشتراكي البريطاني "هارولد لاسكي" يعتقد بأن الثورة الصناعية هي التي أوصلت الطبقة البورجوازية للسلطة فأقامت الديمقراطية الرأسمالية، وقد كانت هذه الديمقراطية ناجحة طالما أن الظروف كانت في صف نمو وازدهار الرأسمالية، ولكن الوضع اختلف حين اضطرت الطبقة البورجوازية لمواجهة خطر نمو الطبقة العاملة، فسرعان ما تنكرت للحقوق الديمقراطية وكثيراً ما لجأت إلى الدكتاتورية لقمع الشعب، وقدم لاسكي العديد من الأمثلة التي تؤكد رأيه مثل قيام النظم النازية في ألمانيا والفاشية في إيطاليا للدفاع عن النظم الرأسمالية في مواجهة القوى الشعبية عقب الأزمة الاقتصادية التي تعرض لها العالم الرأسمالي عام ١٩٣٠م، وكان ذلك دليلاً على عجز الديمقراطية البورجوازية عن تحقيق المساواة في المشاركة السياسية لكل المواطنين، وعلى ذلك فلاسكي ينتهي إلى القول بأن المثل الأعلى للديمقراطية لا معنى له إذا لم يحقق المساواة في المجال الاقتصادي^(١٠).

أما النقد الماركسي للديمقراطية فيتمثل في أعمال ماركس وأنجلز التي ركزت على إبراز الطابع الطبقي للديمقراطية البورجوازية حيث نظراً إلى الحكومات البورجوازية الديمقراطية باعتبارها أداة لقمع الطبقة العاملة^(١١).

وقد توسع لينين في كشف الطابع الطبقي للديموقراطية البورجوازية وانتهى إلى التأكيد على أنه طالما كانت هناك طبقات متميزة لا يمكن التحدث عن الديموقراطية الخالصة، بل يقتصر الحديث على الديموقراطية الطبقة فقط، أن الديموقراطية الخالصة ليست سوى تعبير ليبرالي كاذب يخدع العمال، فالتاريخ يعرف الديموقراطية البورجوازية التي تحل مكان النظام الإقطاعي، والديموقراطية البروليتارية التي تحل مكان الديموقراطية البورجوازية، ورغم أن الديموقراطية البورجوازية تشكل من وجهة نظر لينين خطوة تاريخية كبيرة إلى الأمام بالمقارنة بالقرون الوسطى الإقطاعية، إلا أنها تظل فردوساً للأغنياء وفخاً وخديعة للفقراء، ويكرر لينين رأي ماركس في التأكيد على أن الدولة البرلمانية العصرية ليست سوى أداة لاستثمار العمل المأجور من قبل الرأسماليين. ويتساءل لينين: خذوا القوانين الأساسية في الدول الليبرالية، وخذوا إدارتها وخذوا حرية الاجتماع أو حرية الصحافة، أو خذوا مساواة المواطنين أمام القانون، ترون في كل خطوة نفاق الديموقراطية البورجوازية الذي يعرفه جيداً كل عامل شريف ومدرّك، فليس ثمة دولة من تلك الدول الليبرالية لا يتضمن دستوراً منافذاً أو تحفظات تمكن البورجوازية من توجيه الجيوش ضد العمال وإعلان الأحكام العرفية في حالة مخالفة النظام، أي في الواقع حين تخالف الطبقة الخاضعة للاستغلال وضعها الاستعبادي وتحاول أن لا تسلك سلوك العبيد^(١٢).

وللمهاتما غاندي أقوال مماثلة في نقد الديموقراطية البريطانية ولكن من غير المنظور الطبقي الذي قال به ماركس ولينين، إذا اعتبر غاندي أن استعمار شعب لشعب آخر يمثل أعلى صور التنكر الديموقراطية فالاستعمار لا يحرم طبقة معينة من الحرية، وإنما يحرم شعباً بكامله من حقه في حكم نفسه بنفسه^(١٣).

الديموقراطية الناشئة

نخلص مما سبق إلى تسجيل عدد من الملاحظات الأساسية التي تساعد على وضع إطار عام لمفهوم الديمقراطية وأهمها:

أولاً: ان كلمة ديموقراطية Democracy تشتق من كلمة Demos وهي بالإغريقية تعني "شعب" و Kiatos وتعني سلطة، فهي إذن تعني سلطة الشعب أو حكم الشعب، فالسلطة في الحكومة الديمقراطية في يد الشعب أو أغليبيته ويتولاها بنفسه أو بواسطة نواب ينتخبهم ليحكموا باسمه، والحكم الديمقراطي أساسه أن السلطة في الدولة مصدرها الشعب ولا يمكن أن توجد في هيئة أخرى، فرداً كان أو جماعة فالشعب إذن هو الذي يجب أن يدير شئونه بنفسه (الديموقراطية المباشرة) أو بواسطة نواب يمثلونه (الديموقراطية النيابية) وهو الذي ينتخب الحكام الذين يحكمونه أو على الأقل الهيئة التي تراقب هؤلاء الحكام مثل البرلمان^(١٤).

ثانياً: الفكرة الديمقراطية قديمة ترجع إلى مدن اليونان القديمة، وأشارت إليها بعض الأديان، أما العصر الحديث فقد شهد تطبيق الفكرة، فالديموقراطية كما نعرفها الآن والتي ترمي إلى إشراك أكبر عدد ممكن في الحكم إما بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، فهي لم تطبق عملياً في الدول الحديثة - باستثناء المقاطعات السويسرية - إلا منذ أواخر القرن الثامن عشر بعد الثورة الأمريكية

والثورة الفرنسية، وكثير من الديمقراطيات القديمة لم تكن سوى ديمقراطيات إسمية كديموقراطية أثينا أو اسبرطة، فقد كانت ديموقراطية للأحرار وكانوا أقلية، وحرّم منها العبيد وكانوا الأكثرية.

ثالثاً: لابد أن نفرق بين الديموقراطية كمذهب فلسفي سياسي واجتماعي والديموقراطية كنظام من أنظمة الحكم فالديموقراطية كمذهب ترجع أصل السلطة السياسية أو مصدرها إلى الإرادة العامة للأمة، أي أن هذه السلطة لا تكون شرعية إلا إذا كانت وليدة إرادة عامة، أما الديموقراطية كنظام للحكم، فهي تعني ذلك النظام الذي يستلهم روح المذهب الديمقراطي أي أنه ذلك النظام الذي ينشأ كوليّد للأمة ويقرر أصحابه أنه نظام شرعي لأنه يقوم على أساس تلك الإرادة، أي إرادة الأمة^(١٥).

وفي كل الحالات فإن الديموقراطية يجب أن تقوم على أساس المساواة السياسية بين الأفراد ومعارضة احتكار الامتيازات السياسية لأي طبقة من طبقات الشعب وتؤكد على ضرورة وضع الحكم بين أيدي الأغلبية وعلى ضرورة أن تصدر القوانين بموافقة الرأي العام^(١٦).

كذلك فالديموقراطية ليست غاية في ذاتها، وإنما هي وسيلة لكي يتولى الشعب حكم نفسه بنفسه بحيث لا يستبد بالسلطة فرد أو طائفة^(١٧). وبذلك تصان حريات الأفراد من العبث والاستغلال.

رابعاً: لقد اقترن ظهور الديموقراطية في العصر الحديث بانتصار الطبقة البورجوازية على الإقطاع في نهاية القرن الثامن عشر وبداية القرن التاسع عشر، حيث كانت الديموقراطية هي الفلسفة التي استولت عن طريقها البورجوازية على السلطة السياسية في أوروبا الغربية والولايات المتحدة الأمريكية.

وكما كانت الرأسمالية هي الفلسفة الاقتصادية للبورجوازية، فقد كانت

الديموقراطية هي فلسفتها السياسية، وكون الاثنان معاً، مجمل الفلسفة الليبرالية بجانبها السياسي والاقتصادي.

وقد كان هدف الديمقراطية الليبرالية هو تقليص القيود التي تضعها الدولة على الفرد إلى أقصى حد^(١٨).

وحصر دور السلطة في ثلاثة أهداف فقط هي تحقيق أمن الفرد وسلامته وخيره العام، فالديموقراطية الليبرالية ترى أن الفرد وهو خير حكم على الأعمال التي تعود عليه بالخير^(١٩). أما المجتمع فلا يمكن أن يحكم إلا على الأضرار التي قد تلحق بالآخرين، فالجانب الوحيد من تصرفات الفرد الذي يقع تحت طائلة المجتمع هو ذلك الجانب الذي يدخل ضمن شئون الأفراد الآخرين، فالمبرر الوحيد لوجود السلطة في نظر الديمقراطية الليبرالية هو منع الضرر عن الفرد، فهي ترفض أي مبرر لتدخل الدولة في شئون الأفراد حتى لو ادعت أنها بذلك تريد تحقيق مصلحة لهم^(٢٠) ذلك أن الديمقراطية الليبرالية تعتقد أن الفرد يعرف صالحه بأفضل مما تعرفها الدولة، وأن الأفراد يمكنهم تحقيق مصالحهم بصورة أفضل مما لو حدث أي تدخل يحد من حريتهم.

خامساً: لقد واجهت الديمقراطية الليبرالية امتحاناً عسيراً في النصف الأول من القرن العشرين في مواجهة الأفكار الاشتراكية التي بدأت تطالب بتدخل الدولة لتنظيم الحياة الاقتصادية والاجتماعية ولتحقيق الرفاهية العامة، وهو ما حدث بالفعل في كثير من المجتمعات الديمقراطية، بحيث أصبحت الديمقراطية الليبرالية تتسع لتشمل الاتجاهات المطالبة بتدخل الدولة لتحقيق مجموعة من التشريعات التي استهدفت إيقاف تقدم الاشتراكية كقانون التأمين ضد البطالة والتأمين ضد العجز، بل أن أفكاراً مثل الضرائب التصاعدية لصالح الأغلبية صارت جزءاً أساسياً من الفكرة الديمقراطية الليبرالية، وفي مقابل الدولة الاشتراكية قدمت الديمقراطية الليبرالية دولة الخدمة العامة أو دولة الرفاهية،

ولم تكتفِ الديمقراطية الليبرالية بإيقاف تقدم الاشتراكية، بل قصت عليها تماماً في العقد الأخير من القرن العشرين بانهيار الاتحاد السوفيتي وما عرف بمنظومة الدول الاشتراكية.

سادساً: لقد رافق الانتصار الحاسم للديموقراطية الليبرالية في نهاية القرن العشرين بانهيار الاتحاد السوفيتي ومنظومة الدول الاشتراكية، ظهور نظريات حاولت تأكيد هذا الانتصار وتحويله إلى حتمية تاريخية، كما فعل فوكوياما في كتابه "نهاية التاريخ" وغيره من المفكرين الليبراليين الجدد، إلا أنه لم يمر عقد واحد من الزمان حتى تبين أن هذا الانتصار لم يكن سوى وهما، ففي تقرير بعنوان "الحكم الديمقراطي الصالح" أصدره مركز المشروعات الدولية الخاصة بواشنطن في فبراير عام ٢٠٠٤م، ذكر أنه على الرغم من وجود نحو ١٤٠ دولة في الوقت الحالي يمكن اعتبارها ديمقراطيات انتخابية ذات تعددية حزبية، إلا أن أكثر من نصف عدد هذه الدول يعاني من عدم احترام حقوق الإنسان وحق التعبير عن الرأي وعدم مشاركة المواطن في عملية صنع القرار وعدم تطبيق مسائل الحكومة، وتظل هذه الديمقراطيات الناشئة ضعيفة وغير متحررة، كما تستمر في المعاناة من انخفاض معدلات النمو وانتشار الفساد وزيادة الاستياء بين المواطنين، ونتيجة لذلك بدأ الكثير من مواطني تلك الديمقراطيات الناشئة في معارضة الإصلاحات الديمقراطية القائمة على أساس اقتصاد السوق^(٢١).

كما تدل الأزمات المالية الحديثة على أن الفشل في دمج الحكم الديمقراطي كجزء لا يتجزأ من الإصلاحات الاقتصادية يعرض برنامج الإصلاح الديمقراطي كله للخطر، هذه الأزمات والسخط المتزايد من الديمقراطية والأداء الاقتصادي الضعيف في الديمقراطيات الناشئة أو الصاعدة سيؤدي إلى استمرار الاستياء من بناء الديمقراطية في العالم النامي، أن المواطنين في الكثير من

الديمقراطيات الناشئة يظلون بمنأى عن صنع القرار ويجبرون على الالتزام بالقوانين واللوائح التي تم صدورهما بأسلوب لا يتسم بالشفافية والتي تفتقر إلى طريقة تعالج المظالم ولا تضمن للمواطنين حقوقهم^(٢٢)، كذلك فقد كشف "مسح الحكم الديمقراطي والديموقراطية" الذي أجرته جالوب انترناشونال سنة ١٩٩٩م أن أكثر من ٦٠% من سكان العالم لا يحكمون بإرادة الشعب حتى ولو زعم أغلبهم أن الانتخابات التي تجرى في بلادهم حرة ونزيهة، فإن مجرد إجراء انتخابات لا يكفي، لأن الحكومات في الكثير من الدول في الديمقراطيات الناشئة لا تقلل في التطبيق العملي المساعلة فضلاً عن أن أساليبها في ممارسة السلطة تعوق جهود التنمية الديموقراطية^(٢٣)، ومن ناحية أخرى وجد اتجاه آخر يرى أنه سيكون هناك محاولات للتوفيق بين الفردية والجماعية وبين عمومية مقولة الديموقراطية وخصوصية التطبيق في ضوء التاريخ الاجتماعي الفريد في كل بلد^(٢٤).

هوامش الفصل الأول

- (1) International Encyclopedia of Social Sciences: V. 4. The Macmillan Company. U.S.A. 1998. P. P. 112- 116.
- (2) Encyclopedia Britanica: Volume 7. 2005. p.p. 218- 226.
- (3) The Encyclopedia Americana: Volume F. Americana, Corporation. U.S.A. 2006. 640- 648.
- (4) Toynbee. Arnold: Democracy in the Atomic Age. Oxford University press. London. 3 Edition. 1988. p.p. 2-8.
- (5) Wheeler. Harvey: Democracy / n revolutionary. Erepelican Book. London. 2001. 122- 125.
- (6) Penock. Kolend: Liberal Democracy. Rinehart company. U. S. A. 4 Edition 2002. p. p. 98- 105.
- (7) Plamenatz. John: Democracy. London. 1993. p. p. 175- 178.
- (8) Bailed. P. H.: What is Democracy. The comstook publishing. U.S.A. 3 Edition. 2003. p.p. 48.
- (٩) صول. بادوفر: معنى الديمقراطية- ترجمة جورج عزيز، دار الكرنك للنشر، القاهرة، ص١٩-٢٠.
- (10) Laski, Harold, Democracy in crisis, London. 5 Edition 1978. p.p. 49- 56.
- (١١) كارل ماركس: الحرب الأهلية في فرنسا- دار التقدم- موسكو- ١٩٦٣، ص١٩-٢٧، ومقدمة انجلز للكتاب.
- (١٢) لينين: المختارات، الجزء الأول، المجلد الثالث، دار التقدم، موسكو ١٩٦٧، ص٩٧-١٠٧.

- (13) Paulo. Sigmund: The democratic Experience. London. P. p. 68- 73.
- (14) Florine. Morris: America's New Democracy. University of California press. 2004. p. p. 62- 69.
- (15) Bartels. Larry: Mnequal. Democracy, the political. Economy of the New Age. Rowman and Littlefield 2004. p. p. 42- 47.
- (16) Bryan. Frank: Real Democracy. Columbia University Press. U.S.A. 2005. p.p. 120- 127.
- (17) Dwokin. Ronald: Is Democracy possible Here? Principles for a New political Debate. Harmony Books. New York. 2008. p. p. 216- 222.
- (18) The New Encyclopedia Britanica. Volume 4- 15th Edition. Chicago, London, 2005. p. p. 5-6.
- (19) Wheeler. Mark: Changes Kaliberal Koliberal- Democratic Polictical Structures. Blackwell publishers London. New York. 2004- p.p. 212-217.
- (20) Mcluhan. Marchal: The Medium is the Massage. Penguin, London. 1967. p. p. 112- 119.
- (21) Lanham. Batra: Digital freedom. Rowmanand Little field. London. New York, 2008. P. P. 117- 119.
- (22) Allen. David: Democracy. University of Illinois Press. U. S. A. 2005. p. p. 62- 69.
- (23) Sullivan. John: Democratic Governonce, The Key to political and Economic Reform. Center for International private Enterprise. U. S. A. 2004. p. p. 3-4.

(٢٤) يسر السيد: الخريطة المعرفية للمجتمع العالمي، من المجتمع الصناعي إلى مجتمع المعرفة- شركة نهضة مصر للطباعة والنشر والتوزيع- القاهرة- ٢٠٠٨- ص٢٦٨ - ٢٦٩.

الفصل الثاني

ديموقراطية الإعلام

الإعلام الديمقراطي

ظلت ديموقراطية الإعلام حلمًا يراود معظم شعوب العالم لأكثر من قرنين مضيا، وقد تحول هذا الحلم في السنوات الأخيرة إلى أحد أهم بنود أجندة الاهتمام العام على المستوى الوطني والدولي، لا فرق في ذلك بين المجتمعات المتقدمة أو النامية، أو بين دول العالم الأول أو الثاني أو الثالث، وقد تحقق ذلك بفعل عدد من المتغيرات المهمة التي شهدتها البشرية في العقدين الماضيين، وفي مقدمتها تبرز المستحدثات التكنولوجية في مجال الاتصال والإعلام، والتي أدت إلى انقلاب في المفاهيم المتعلقة بالحقوق والحريات الفردية والمجتمعية بشكل عام وحرية الإعلام بشكل خاص، ومن هذه المتغيرات تنامي الاتجاه إلى العالمية والذي بدأ بما أطلق عليه مارشال ماكلوهان في الستينات القرية الكونية، والذي تطور في التسعينات إلى ما يسمى بالعولمة^(١). ويضاف إلى تلك المتغيرات تشكل نظام إعلامي دولي جديد يقوم على سيطرة نظام إعلامي واحد، وهو النظام الإعلامي الغربي الليبرالي، وهيمنة قطب واحد على هذا النظام الأحادي ممثلاً في الولايات المتحدة الأمريكية وذلك بعد انهيار النظام الإعلامي الدولي القديم الذي كان يقوم على السيطرة الثنائية عقب اختفاء النظام الإعلامي الاشتراكي وتفكك الاتحاد السوفيتي ومنظومة الدول الاشتراكية.

ومن المهم أن نعترف بوجود ارتباط وثيق بين ديموقراطية المجتمع وديموقراطية الإعلام في هذا المجتمع، وأن ديموقراطية المجتمع لا بد أن تسبق

ديموقراطية الإعلام، و يخل بهذه القاعدة وجود بعض التجارب التي شهدت نماذج من الصحافة الحرة نسبياً في مجتمعات خلت من النظم السياسية الديموقراطية، ولكن استمرار هذه النماذج يظل رهناً بمشئئة السلطة ومصالحها كذلك لا يخل بهذه القاعدة وجود نظم سياسية ديموقراطية في بعض المجتمعات مع عدم وجود ديموقراطية إعلامية، وذلك حين تفتقد هذه المجتمعات وجود وسائل إعلام كافية أو مناسبة مثل عدم توافر المرافق الأساسية للاتصال، فالمشكلة هنا، ليس لأن وسائل الإعلام غير ديموقراطية، بل لأن هذه الوسائل غير موجودة أصلاً، وبذلك تكون فرص الإعلام محدودة بسبب نقص البنية الأساسية ونقص شبكات الاتصال وخاصة في كثير من البلدان المتخلفة أو النامية، وفي ذات الوقت فإن ديموقراطية الإعلام لا يمكن حصرها في مجرد توفر مزيد من مرافق الاتصال، وإنما من الضروري أن يرافق ذلك انتفاع أكبر عدد من المواطنين بوسائل الإعلام.

وهناك جانب من الظاهرة يرتبط بجمهور وسائل الإعلام في المجتمع، حيث توجد فئات عريضة من الجمهور غير قادرة عملياً على الاستفادة من بعض وسائل الإعلام أو التفاعل الديموقراطي معها، ففي كثير من المجتمعات وخاصة المجتمعات النامية يفتقر الملايين من المواطنين إلى المعرفة اللازمة لحل رموز الرسائل الإعلامية أو فهمها، وينشأ حاجز أساسي يعوق ديموقراطية الإعلام، بين أولئك الذين يبتون الرسائل الإعلامية والذين يتلقونها، ولا يقتصر ذلك على الأميين وحدهم الذين لا يستطيعون فهم الرسائل الإعلامية المكتوبة، بل أن هناك كثيرون لا يستطيعون حل رموز الرسائل الإعلامية السمعية والمرئية أو الذين لا يستطيعون فهمها فهماً كاملاً، وأن وجود أكثر من ٨٠٠ مليون أمي في العالم^(١)، وتزيد أعدادهم عاماً بعد عام، معناه أن نسبة غير قليلة من المواطنين يستبعدون من المشاركة الحقيقية في العملية الإعلامية، وهو الأمر الذي يعوق ديموقراطية الإعلام.

ومن الضروري النظر إلى ديموقراطية الإعلام باعتبارها عملية ثنائية الاتجاه يجري فيها حوار ديمقراطي متوازيين شركاء، سواء كانوا أفراداً أو جماعات. فالحوار هو أساس الإعلام الديموقراطي، في حين أن المونولوج أو الحديث من طرف واحد هو أساس الإعلام السلطوي، لذلك كان من الطبيعي أن يكون الإعلام الديموقراطي إعلاماً أفقياً، تقوم بنيته على المشاركة الجماهيرية في العملية الإعلامية وليس مجرد هدف للإعلام، في حين يكون الإعلام السلطوي إعلاماً رأسياً، تقوم بنيته على تدفق الرسائل الإعلامية من أعلى إلى أسفل، وحيث يتحدث القلة إلى الكثرة عن الاحتياجات الإعلامية للكثرة من وجهة نظر القلة^(٣).

إن تحقيق ديموقراطية الإعلام يتطلب توفر ثلاثة شروط أساسية: أن يصبح المواطن شريكاً نشطاً وليس مجرد هدف للإعلام، وأن تتنوع الرسائل الإعلامية المتبادلة، وأن تزداد مساهمة المواطنين في وسائل الإعلام.

ويمكن تحقيق الأهداف الثلاثة السابقة بوسائل عدة، منها إتاحة فرصة أكبر لحق الرد والتصويب عما ينشر أو يذاع أو يبث عبر وسائل الإعلام، وكذلك تشجيع عمليات التغذية الراجعة والتي يشارك الجمهور عن طريقها في التعبير عن رأيه فيما ينشر أو يذاع أو يبث بحيث تصل إلى مرحلة يتحقق فيها "الإعلام التفاعلي" بين وسائل الإعلام والجمهور، عن طريق تزايد اشتراك المواطنين في الكتابة إلى الصحف وفي إنتاج البرامج وتقديمها في الراديو والتلفزيون، وكذلك إعطاء شرعية لوسائل الإعلام البديلة التي ينشئها المواطنون بعيداً عن وسائل الإعلام الرسمية أو التقليدية مثل الصحف والإذاعات وقنوات التلفزيون المحلية الصغيرة التي يسهل انتشارها في القرى الريفية والأحياء المهمشة في المدن الكبرى.

لقد كانت وسائل الإعلام البديلة موجودة دائماً، وفي كافة المجتمعات، وهي

في المجتمعات السلطوية تتحدى القيود التي تفرضها السلطة وتفرض وجودها بأساليب مخفية أو سرية، ولكنها في المجتمعات الديمقراطية تصبح أدوات لتطويع الاتصال الأفقي الذي يعزز ديمقراطية الإعلام، يعكس الإعلام السلطوي الرأسي الذي يعزز هيمنة السلطة ومركزية وسائل الإعلام.

ومن الأساليب الفعالة في تحقيق ديمقراطية الإعلام، تنمية الوعي النقدي للمواطنين تجاه ما يقدم لهم من وسائل الإعلام، بحيث يستطيع المواطن أن يميز بين الرأي والخبر، وبين الإعلام والإعلان، وبين الحقيقة والزيف، وبين الموضوعي والذاتي في أحكام الإعلاميين.

إن تطور الوعي النقدي لدى المواطن كفيل بإيجاد جماعات الضغط الجماهيرية التي تواجه سيطرة جماعات المصالح على وسائل الإعلام، تلك السيطرة التي مثلت في حالات كثيرة أحد أهم معوقات نمو ديمقراطية الإعلام^(٤).

ولكي نتعرف بدقة على مفهوم الإعلام الديمقراطي علينا أن نختار مدخلاً إلى هذا التعريف يقوم على توصيف المفهوم المعاكس له، أي الإعلام السلطوي، ومن خلال الدراسة المقارنة بين المفهومين، سوف نصل حتماً إلى التوصيف السليم للإعلام الديمقراطي. الإعلام السلطوي يقوم في الأساس على توظيف وسائل الإعلام في خدمة السلطة الحاكمة، حيث تلتزم وسائل الإعلام بخدمة السلطة الحاكمة، حيث تلتزم وسائل الإعلام بتأييد كل ما يصدر عن الحكومة أو ما يتعلق بها، وهي أيضاً مطالبة بالدفاع عن سياسات الحكم، وأن السماح لأي فرد بالعمل في مجالات الإعلام منحة من الحاكم وامتيازاً يختص به من يشاء من رعيته، وهذا الامتياز الممنوح للفرد يترتب عليه التزام منه بتأييد النظام الحاكم وسياساته، فإذا أخل الفرد بهذا الالتزام سحب منه هذا الامتياز فلا يعود له حق العمل في الإعلام. وملكية وسائل الإعلام في ظل الإعلام السلطوي ليس

ضرورياً أن تقتصر على الدولة، إذ يسمح للأفراد بهذه الملكية، ولكن في مقابلها أوجدت الحكومة لها حقوقاً توازن بها هذا الحق، مثل إلزام الفرد بضرورة الحصول على ترخيص حكومي بإصدار أو بث الوسيلة الإعلامية، ومثل حق الحكومة في فرض الرقابة على ما تنشره أو تذيعه أو تبثه هذه الوسائل الإعلامية الخاصة.

أما الإعلام الديمقراطي فيقوم على عكس الأسس التي يقوم عليها الإعلام السلطوي، وأول هذه الأسس أن حق المواطن في الإعلام حق طبيعي كحقه في الماء والهواء، ولكي يمارس المواطن هذا الحق الطبيعي لابد لوسائل الإعلام أن تتمتع بحريتها كاملة دون أية قيود تفرض عليها من خارجها، كذلك ففي ظل الإعلام الديمقراطي بحق لأي مواطن إصدار ما يشاء من وسائل الإعلام ودونما حاجة إلى ربط هذا الحق بتصريح أو موافقة من السلطة الحاكمة، وبناء على ذلك لا توجد أي نوع من أنواع الرقابة، وأن أي تجاوزات تقع من وسائل الإعلام لا يحاسبها عليها سوى القضاء وحده^(٤).

ويلاحظ من خلال استعراض تطور ملكية وسائل الإعلام وجود ارتباط وثيق بين زيادة أو نقص مساحة الديمقراطية الإعلامية وبين نمط الملكية السائد في وسائل الإعلام، فكلما اتسع نمط الملكية العامة أو الحكومية لوسائل الإعلام، نقصت مساحة الديمقراطية في هذه الوسائل، وكلما اتسع نمط الملكية الفردية لوسائل الإعلام، زادت مساحة الديمقراطية في هذه الوسائل، وهناك العديد من الأمثلة والشواهد التاريخية التي تؤكد هذه الحقيقة في العديد من الدول.

ورغم ذلك فإن ملكية الإعلام الإذاعي والتلفزيوني اكتسبت وصفاً خاصاً يميزها عن ملكية الصحف، فقد ظلت ملكية الإذاعة ثم التلفزيون في العديد من دول غرب أوروبا، وبينها دول عريقة في الديمقراطية مثل إنجلترا وفرنسا، ملكية عامة ولم تسمح هذه الدول بالملكية الخاصة في الإعلام الإذاعي

والتلفزيوني إلا مع بداية السبعينات من القرن الماضي، مع ملاحظة أن الإذاعة والتلفزيون في هذه الدول تمتعت باستقلالها الكامل عن الحكومة رغم ملكية الدولة لها، فهذه الدول الديمقراطية تأخذ بفكرة الفصل بين ملكية الدولة للإذاعة والتلفزيون وبين سيطرة الحكومة على هذه الخدمات، وذلك باعتبار أن الدولة دائمة وتمثل جميع المواطنين، في حين أن الحكومة متغيرة ولا تمثل سوى حزب أو مجموعة أحزاب من المواطنين، ومن ناحية أخرى فإن ملكية الدولة للإذاعة والتلفزيون في هذه الدول الديمقراطية لم تحل دون إعطاء الأفراد حق تملك وإذاعة وبث الشبكات الإذاعية والقنوات التلفزيونية.

والملفت للانتباه هو إصرار غالبية الحكومات في العالم الثالث وفي العالم العربي خاصة على احتكار الدولة لملكية الإعلام الإذاعي والتلفزيوني وعدم السماح بالملكية الفردية في هذا القطاع الإعلامي الهام والمؤثر في التطور الديمقراطي، فضلاً عن إصرار حكومات هذه الدول على الإشراف المباشر على الإعلام الإذاعي والتلفزيوني، وهو الأمر الذي يعوق تطور الديمقراطية الإعلامية في هذه الدول.

حرية المعلومات

توجد علاقة وثيقة بين ديموقراطية الإعلام وحرية تدفق المعلومات، سواء على المستوى الوطني أو الدولي، حيث تمثل وسائل الإعلام القناة التي تمد المواطن بالمعلومات، ويصبح الصحفي أو الإعلامي القائم بالاتصال ممثلاً لضمير المجتمع، ومسئولاً عن تيسير حق الحصول على المعلومات والحقائق، من خلال الصحافة أو الإذاعتين المرئية والمسموعة. بالإضافة إلى تيسير حقه في البحث عن المعلومات المتصلة بشئونه الحياتية، وبتعاملاته مع أجهزة الدولة ومؤسسات المجتمع المدني.

وفي ضوء هذا الفهم نستطيع أن ندرك أهمية تحقيق ديموقراطية إعلامية من خلال حماية حق الإعلامي في الحصول على المعلومات، وتوفير حريته في البحث عنها والوصول إلى مصادرها، والتواجد في مواقع الأحداث دون أي قيود أو معوقات.

وينص الإعلان العالمي لحقوق الإنسان في مادته التاسعة عشرة على أن: "لكل شخص الحق في حرية الرأي والتعبير، ويشمل هذا الحق حرية اعتناق الآراء دون أي تدخل، واستقاء الأنباء والأفكار وتلقيها وإذاعتها بأية وسيلة كانت، دون التقييد بالحدود الجغرافية".

ومنذ نهاية الحرب العالمية الثانية إلى اليوم، هناك سعي دؤوب من مختلف

الشعوب لتطبيق هذا الإعلان، وتحقق تقدم كبير في بعض البلدان، وحدثت إخفاقات كبرى في بلدان أخرى، ومن الناحية الفكرية تولدت عدة مفاهيم لتطبيقات هذا النص مثل: "حرية الإعلام"، و "التدفق الحر للمعلومات"، و "التدفق المتواتر للمعلومات"، و "حرية الانتفاع بوسائل الإعلام" و "الحق في الاتصال"، وقد جاءت كلها ثماراً طبيعية للمبدأ الأساسي وهو ديموقراطية الإعلام.

إن ديموقراطية الإعلام تتجاوز الحق في تلقي الرسائل الإعلامية أو الحصول على المعلومات، وإنما ينظر إليها باعتبارها عملية ثنائية الاتجاه، يجري فيها الشركاء - سواء كانوا حكاماً أو مواطنين أو أفراداً أو جماعات، أو منتجين أو مستهلكين - حواراً متوازناً يسهم في تكوين صورة صحيحة عن الآخرين. ومن المهم أن نشير إلى ظهور مفهوم (الحق في المعرفة)، بكل ما ينطوي عليه من قيم وأفكار، وهو يطرح نفسه اليوم بقوة على المستوى الدولي في مؤتمرات الأمم المتحدة ومنظمة اليونسكو، وفي العديد من اجتماعات المنظمات غير الحكومية على المستوى الإقليمي والوطني، ويتزايد الاعتراف الدولي به كحق جديد للإنسان يضاف إلى الحقوق التي تم إعلانها بالفعل. وتتمثل المكونات الرئيسية لهذا الحق الإنساني الشامل في الحقوق التالية (دون أن تقتصر عليها)، وهي الحق في الاستفسار، والحق في الحصول على المعلومات، والحق في الانتفاع بوسائل الإعلام، والحق في الاختيار بين هذه الوسائل. ويقتضي بلوغ هذا الحق توافر الموارد اللازمة للوفاء باحتياجات الاتصال البشري، والحق في المشاركة في المعرفة من خلال الحوار والمناقشة، واحترام التعددية في المواقف والأفكار، الحق في المعرفة لن يتحقق بدون ديموقراطية المعرفة، وديموقراطية المعرفة لن تتحقق بدون ديموقراطية الاتصال والإعلام، وهو ما يتطلب انتفاع عامة الجمهور بوسائل الإعلام، وأن يتاح للأمم وللغوى السياسية والمجتمعات الثقافية والكيانات الاقتصادية والفئات الاجتماعية، مزيد من الإمكانيات لكي

تتبادل المعلومات بدرجة أكبر من المساواة، وبدون سيطرة تحكمية، وبدون تمييز بين الأشخاص أو المجتمعات بسبب اللون أو الجنس أو العقيدة^(٦).

ولا شك أن السنوات القليلة الماضية قد شهدت العديد من المتغيرات التي سرعت من اعتراف العديد من الدول بديموقراطية الإعلام فهناك التزايد المستمر لدور وسائل الإعلام في حياتنا المعاصرة ووصولها إلى أعداد متزايدة من الجمهور، حتى أصبح الإعلام شريكاً رئيسياً في ترتيب أولويات اهتماماتنا، ومؤثراً على عملية إصدارنا للأحكام في القضايا والأمور المثارة في مختلف دوائر الاهتمام المحلي والإقليمي والعالمي، وأصبح الجانب الأكبر من تصوراتنا عن العالم المحيط بنا من صنع الإعلام ووسائله التي زادت قدرتها على التأثير في أفكارنا وآرائنا وقيمنا، إضافة إلى مسؤوليتها عن تنمية وعينا أو تزييفه، وتطوير قدراتنا على الانتقاء والاختيار والحكم السليم، أو أن نصبنا في أنماط وقوالب جامدة.

وهناك التطور الديموقراطي الذي يشهده العالم بشكل عام، والعديد من الدول النامية بشكل خاص، وما صاحب ذلك من اتساع حرية الرأي والتعبير، واهتمام كبير بحقوق الإنسان، والاتجاه نحو القبول بمزيد من التعددية والتنوع في وسائل الإعلام (مطبوعة ومسموعة ومرئية)، مما أوجد أشكالاً جديدة من هذه الوسائل مختلفة الفكر والهدف باختلاف طبيعة مالكيها، وسعيها لتحقيق مصالح القوى السياسية والاقتصادية التي تعبر عنها، فظهرت صحف مملوكة ملكية خاصة بصيغ مختلفة، وتعددت قنوات وشبكات الإذاعة والتلفزيون الأرضية والفضائية والمشفرة، وترافق ذلك مع الاستثمار الهائل في مجال الإعلام، وتزايد دور الملكية الخاصة وتراجع دور الملكية العامة لوسائل الإعلام، وخضوع العمل الإعلامي للمنافسة، بحيث اضطر الكثير من مؤسسات الإعلام العامة إلى الدخول في منافسة مع المؤسسات الخاصة حتى تحافظ على جماهيرتها

وتأثيرها، وبدأ العالم يتحول تدريجياً من إعلام التعبئة الموجه إلى إعلام السوق الحر.

ولا شك أن التقدم الهائل في تكنولوجيا الاتصال والمعلومات أصبح له أثره الكبير والمتنوع في تسهيل الحصول على المعلومات، فبالإضافة إلى ما تتميز به أجهزة وأدوات الإعلام الحديثة في مجال الإرسال والاستقبال، وما بلغه التقدم في مجال الأقمار الصناعية، والكمبيوتر والقنوات الفضائية والإنترنت والهاتف المرئي والنظم الرقمية، وغيرها من المستحدثات التكنولوجية، فإن هذا التقدم التكنولوجي بصفة عامة حقق نتائج ملموسة في عديد من المجالات، يأتي في مقدمتها الحصول على المعلومات من مصادر متعددة، والربط بينهما في إطار منظومة محكمة من حيث مضامينها وتشابكها وتأثير بعضها في البعض الآخر، وتجميع المعلومات وتخزينها وسهولة استرجاعها وتدقيقها، وتضاعف سعة نطاقات عبورها، ورصد الأحداث في مواقعها وقت حدوثها، وبثها بين جميع البشر بوسائط صوتية قادرة على ترجمتها الفورية بلغات وطنية، والحصول على ردود أفعال بشأن الأحداث مهما كانت متباينة، ومن كل المواقع الاتصالية، والقفز فوق المعوقات أو التعتيم الإعلامي الذي قد تفرضه بعض الحكومات على مواطنيها ومجتمعاتها، حيث أصبحت السماوات المفتوحة تبث أطرافاً من المواد الإعلامية لكل من يريد أن يستقبل منها ما يناسبه، وتيسير حصول المواطن على المواد الإعلامية، ومن ثم زيادة الطلب عليها والتأثر بها، والسيطرة النسبية لثقافة الصورة من خلال هيمنة الإعلام المرئي على الإعلام المسموع والإعلام المقروء، والتنافس في مجال السبق الصحفي.

وقد نتج عن هذا التطور الذي حققته وسائل الإعلام آثار ملموسة على الفرد والمجتمع بعضها إيجابي وبعضها سلبي.

أما الآثار الإيجابية فتتمثل هي زيادة المعرفة والتقدم العلمي، وزيادة فرص

التثقيف وتيسير عمليات التعليم والتعلم، وزيادة فرص المعرفة بالآخر وتكامل الثقافات والحضارات، والقدرة على كشف المغالطات والشائعات، بقصد استخلاص المعلومات وتلقيها، والقدرة على التحقق من صحة الأخبار والمعلومات الوافدة والمحلية، وأصبح جمهور المتلقين أكثر تأثراً على الإعلام، مما جعل الإعلام الوطني مهتماً بتقديم ما يشبع ويرضي هذا الجمهور، لكي لا تستأثر به الفضائيات التي تبث عبر السماوات المفتوحة متمثلة في الإعلام الخارجي^(٧).

إن الحق في إعلام ديمقراطي يترتب عليه حق الإعلاميين في الوصول إلى المعلومات بدون عوائق، وكذلك الحق في نشرها وبثها إلى جمهور القراء والمستمعين والمشاهدين على نحو آمن وفعال. كذلك فإن هذا الحق يتطلب السماح للإعلاميين بحق التعبير عن آرائهم بحرية، وتلك قضية تتعلق من ناحية بحرية الإعلام والتعبير، وتعلق من ناحية أخرى بحق جمهور القراء والمستمعين والمشاهدين في تلقي واستقبال الآراء المختلفة، وهو الحق الذي يمتلكه كل مواطن، وإن توقف الأمر غالباً في التطبيق على حرية الإعلاميين.

كذلك فمن الصحيح، بطبيعة الحال، أن الحق في استقاء المعلومات والحق في التعبير عن الآراء، ينبغي أن يتمتع بهما كل إنسان، غير أن الإعلاميين في حاجة إلى ممارسة هذه الحقوق كشرط أساسي للقيام بعملهم على نحو فعال، وهم بصفة خاصة عرضة لخطر القيود التي تفرضها السلطة، ومما تجدر مراعاته في هذا الصدد، التفرقة بين المحاسبة على الخبر وبين الرأي والتحليل، فالخبر يجب أن يكون صحيحاً ودقيقاً، أما الرأي فهو اجتهد يحتمل الصواب والخطأ، ولا تجوز المحاسبة عليه.

معنى ذلك أن ديموقراطية الإعلام، بأوسع معانيها، تمثل امتداداً جماعياً لحرية كل مواطن في التعبير المعترف به كحق من حقوق الإنسان، فالمجتمعات

الديموقراطية تنهض على أساس مفهوم سيادة الشعب الذي يحدد إرادته العامة رأي عام مطلع، وأن حق الرأي العام في المعرفة هو الذي يمثل جوهر حرية وسائل الإعلام، وهي الحرية التي لا يعتبر الإعلامي المحترف سوى قيم عليها، وأن الحرمان من هذه الحرية ينتقص من سائر الحريات جميعاً.

إن المعلومات الكاملة الدقيقة حول الأمور المتعلقة بالصالح العام، هي الوسيلة التي تمكن الجمهور من محاسبة الحكومات والمؤسسات والمنظمات وكل من بيده السلطة على أي مستوى ولكن بعض أو قلة من القائمين على السلطة كثيراً ما يميلون إلى إخفاء ما لا يودون ذبوعه، أو من المحتمل أن يثير الرأي العام ضدهم، ومن هنا يأتي إنكار حق المعرفة المتمثل في حق الوصول للمعلومات والرقابة الصريحة أو المقنعة، ومحاولات التضليل المتعمدة من قبل المتحدثين الرسميين.

والإعلاميون في بلدان كثيرة ليسوا أحراراً في قول الحقيقة، على الرغم من المبادئ الطنانة التي تزخر بها القوانين والدساتير، فعلى سبيل المثال: تطبق الأحكام العرفية في بلدان كثيرة في أمريكا اللاتينية كانت ديموقراطية من قبل، كما أن الرقابة السابقة على النشر أو الإذاعة أو بعدها مازالت مطبقة في العديد من بلدان إفريقيا وآسيا وأمريكا اللاتينية.

والعديد من الإعلاميين يتعرضون للمضايقات والتهديد، بل والإيذاء، في عديد من البلدان، ويواجه الإعلاميون - الذين يعتبرون عادة شهوداً يسببون الحرج ويصبحون بالتالي هدفاً مفضلاً للهجمات - خطراً جسيماً في الحروب المعلنة وغير المعلنة وفي الحروب الأهلية، بل وعندما يغطون الاجتماعات العامة والمظاهرات العامة التي تقومها قوات القائمين على السلطة.

ويتعرض المراسلون العاملون في بلدان أجنبية لخطر الإجراءات الانتقامية إذا ما هاجموا الحكومات القمعية، بالإضافة إلى تعرضهم لأن يتخلى عنهم

رؤساء التحرير أو رؤساء الشبكات الإذاعية والقنوات التليفزيونية، أو أصحابها المتهلفون على الإبقاء على مراسليهم في تلك البلدان.

وقد ثار منذ زمن طويل السؤال عما إذا كان الإعلاميون في حاجة إلى ضمانات خاصة أو حماية خاصة تكفل لهم القدرة على القيام بعملهم؟

وترجع أول مبادرة تستهدف إيجاد نوع من الحماية للإعلاميين إلى إصدار الإعلان الدولي لحقوق الإنسان، وقد قدمت اقتراحات كثيرة لوضع إجراءات دولية لتوفير مثل هذه الحماية، ولا يزال نص الاتفاقية التي أعدتها الأمم المتحدة فيما يتعلق بحماية الإعلاميين الذين يضطهرون بمهام خطيرة، مجرد مشروع ليس إلا، والأمر نفسه ينطبق على الاتفاقية التي أعدها المجلس الأوروبي بشأن المراسلين الأجانب، ومع ذلك ففي البروتوكول الإضافي لاتفاقيات جنيف، بتاريخ ١٢ أغسطس ١٩٤٩، الخاصة بحماية ضحايا النزاعات الدولية المسلحة، توجد مادة خاصة بحماية الصحفيين المشتركين في مهام خطيرة تتصل بعملهم في مناطق النزاع المسلح، باعتبارهم مدنيين، وتوفير الحماية لهم على هذا الأساس.

ويمكن أن نذكر نص الإعلان الخاص بوسائل إعلام الجماهير الذي اعتمده المؤتمر العام لليونسكو، في دورته العشرين عام ١٩٧٨، والذي ينص في المادة الثانية (الفقرة الرابعة) على أنه: "لكي تتمكن وسائل الإعلام، من ممارسة أنشطتها، لا بد أن يتمتع الصحفيون وغيرهم من العاملين في وسائل الإعلام، الذين يمارسون أنشطتهم في بلادهم وفي خارجها، بحماية تكفل لهم أفضل الظروف لممارسة مهنتهم".

ويبدو أن هناك اتفاقاً في الرأي بين مختلف منظمات الصحفيين والمذيعين والناشرين، على أنه ينبغي اعتماد التدابير الفعالة لضمان حماية أفضل للإعلاميين في ممارستهم لمهنتهم، في المواقف الخطيرة التي تنشأ عند المنازعات المسلحة الدولية أو غير الدولية، ويمكن أن يتحقق هذا من خلال

تعديل ملائم في البروتوكولات الإضافية لاتفاقيات جنيف. ومع ذلك فقد أبدت تحفظات على نطاق واسع بشأن مدى ملائمة وضع نظام عام للحماية، وهي تركز على أساس مبدأ أنه لا يجوز للإعلاميين أن يبحثوا عن امتيازات أو مزايا ترتب لهم وضعاً فريداً، وأن ضمان حقوق الإنسان للبشر كافة هو خير ضمان لحرية الإعلام، وبعبارة أخرى فإن الحماية سوف تتوافر حقاً للإعلاميين عندما يكون هناك اعتراف كامل بحقوق الجميع.

إن الإعلام الديمقراطي يفترض وجود حق للمواطنين في الحصول على المعلومات التي في حيازة الدولة، وأصبح احترام الحكومات لهذا الحق عنصراً من عناصر قياس الديمقراطية في الدول ولكن هناك حالات غير قليلة تتطلب فيها اعتبارات صيانة الأمن القومي أن يكون نشر وإذاعة المعلومات مقيداً لفترة من الزمن بصفة مطلقة، ومع الاعتراف بوجاهة هذه الاعتبارات، إلا أن هناك تياراً كبيراً في العديد من المجتمعات الديمقراطية يرى أن الاستثناء الخاص بالأمن القومي يمكن أن يساء استغلاله من جانب بعض الحكومات التي تسعى إلى تقييد حقوق مواطنيها. ومن الإسهامات الدولية المهمة في هذا الشأن: المؤتمر الذي عقده خبراء القانون الدولي والأمن القومي وحقوق الإنسان تحت رعاية الأمم المتحدة، في مدينة جوهانسبرج في أكتوبر عام ١٩٩٥، وأصدروا بياناً سمي بمبادئ جوهانسبرج الخاصة بالأمن القومي وحرية التعبير وحق الحصول على المعلومات.

ويؤكد البيان أن أخطر الانتهاكات لحقوق الإنسان والحريات الأساسية، تقوم الحكومات بتبريرها على أساس ضرورتها لحماية الأمن القومي، وحتى يتمكن الشعب من مراقبة سلوك حكومته والمشاركة بشكل كامل في مجتمع ديمقراطي، لا بد أن يكون له حق الحصول على المعلومات التي تحتفظ بها الحكومة، ومع التصميم على تشجيع اعتراف واضح وصريح بالنطاق المحدود للقيود التي

تفرض على حرية التعبير وحرية المعلومات لمصلحة الأمن القومي، وكذلك عدم تشجيع الحكومات على استخدام ذريعة الأمن القومي لفرض قيود غير مبررة على ممارسة هذه الحريات، واعترافاً بالحاجة إلى الحماية القانونية لتلك الحريات عن طريق إصدار قوانين دقيقة ومحددة تضمن المتطلبات الأساسية لحكم القانون، ومع إعادة التذكير بالحاجة إلى الحماية القضائية لتلك الحريات من جانب محاكم مستقلة، والتوازن بين حقوق المواطن والدولة، تكون القاعدة العامة هي: أن "لكل فرد الحق في الحصول على المعلومات من السلطات العامة، بما في ذلك المعلومات المتصلة بالأمن القومي، ولا يجب فرض أي قيد على هذا الحق على أساس الأمن القومي، إلا إذا تمكنت الحكومة من إثبات أن القانون ينص على هذا القيد، وأنه من الضروري في مجتمع ديمقراطي حماية المصالح المشروعة للأمن القومي". وفي جميع الأحوال، فما زال الأمر يقتضي وضع معيار واضح لمفهوم الأمن القومي، وتحديد ما لا يجب المساس به بالنشر أو الإذاعة أو بأي وسيلة إعلامية.

و يستعارض حق المواطن في الحصول على المعلومات مع حق الدولة في تنظيم تداول هذه المعلومات، وهو ما يتراوح بين الحرية وبين المنع المطلق لهذه المعلومات، والذي يصبح حينئذ قيداً يصادر حق الجماهير في المعرفة.

وفي ضوء قيم وأمن المجتمع تختلف ضوابط الدول تجاه تدفق المعلومات. وتمنح الاتفاقية الدولية للحقوق المدنية والسياسية، التي صدرت عام ١٩٦٦، دول العالم الحق في حماية الأمن القومي أو النظام العام أو الصحة العامة أو الأخلاق، بما يكفل سيادة الدول على تدفق المعلومات.

وقد أثّرت في الولايات المتحدة الأمريكية مسألة التوازن بين حماية حق الصحافة في الحصول على المعلومات، وبين حق المتهم في محاكمة عادلة، مما يصل إلى حد صدور قرارات قضائية تحظر نشر أي معلومات بشأن بعض

المحاكمات، وإضافة إلى ذلك، فإن ما فرضته الولايات المتحدة من حظر للمعلومات أثناء حرب تحرير الكويت، ثم أثناء غزو العراق، أدى إلى التحكم في تدفق المعلومات وتحديد نوعيتها، من خلال مراجعتها وفحصها قبل السماح بنشرها في وسائل الإعلام. وقد أسهم التحالف غير المعلن بين الحكومة الأمريكية وبين وسائل الإعلام، أثناء غزو العراق، إلى فرض نوع من الرقابة الذاتية أدت إلى تضليل الرأي العام، وحجب المعلومات عن الجمهور.

وفي بريطانيا يتم تدفق المعلومات من خلال مصدرين هما: المكتب المركزي للإعلام، وإدارات العلاقات العامة بالهيئات المختلفة، وتتظم القوانين البريطانية سرية وثائق الدولة والفترة الزمنية التي يحظر خلالها نشرها، طبقاً لأهمية الوثيقة ونوعيتها، أما في السويد، فإن القانون ينظم حرية إطلاع المواطنين على الوثائق، عدا ما يمس الأمن القومي والسياسية الخارجية والتحقيقات الجنائية والحياة الخاصة للمواطنين، ويعطي القانون للمواطن الحق في إقامة الدعوى أمام المحاكم للنظر في مدى ضرورة حجب أي من هذه الوثائق^(٨).

إن ديموقراطية الإعلام لا تتحقق إذا بدون الاعتراف بحق الإعلاميين في السعي وراء المعلومات ونشرها وإذاعتها والتعليق عليها بحرية، وكذلك حقهم في الوصول إلى مصادر المعلومات سواء كانت هذه المصادر رسمية أو غير رسمية، وهذا يتطلب التزام أولئك الذين يقدمون المعلومات لوسائل الإعلام بذكر الحقيقة دونما تحريف.

وحرية تدفق المعلومات أمر لا يخص الإعلاميين وحدهم، بل يرتبط أكثر بحقوق المواطنين من قراء ومستمعين ومشاهدين، ذلك أنه حين تتمتع وسائل الإعلام بالقدر المناسب من الديموقراطية وتقبل يتحمل المسؤولية المترتبة على ذلك، تكون النتيجة ارتفاع مستوى الوعي بين المواطنين بما يدعم من مشاركتهم في الحوار والمناقشة لمختلف القضايا المثارة في المجتمع.

لذلك فإن توسيع مساحة الديمقراطية الإعلامية يتطلب اتخاذ عدد من الخطوات الجوهرية ومنها: إعادة النظر في القوانين والتشريعات واللوائح الحكومية التي تحد من قدرة وسائل الإعلام في الحصول على المعلومات، وتوافر الضمانات الكافية لأولئك الذين يعملون في جمع المعلومات وفي نشرها وإذاعتها على المواطنين والتعليق عليها بحرية كاملة، وحماية الاستقلال المهني للإعلاميين وعدم السماح بتهديدهم أو ترويعهم أو التأثير على قراراتهم بالترغيب أو التهيب، والحد من تأثير الإعلان على الإعلام، ووضع الآليات التي تضمن استقلال وسائل الإعلام سواء في إدارتها أو تحريرها أو في تغطيتها للأحداث، بصرف النظر عن كون هذه الوسائل مملوكة للأفراد أو مملوكة للدولة، والعمل على صيانة التعددية وضمان التنوع الإعلامي وذلك بوضع التشريعات الفعالة للحد من عمليات التركيز والاحتكار في وسائل الإعلام سواء كانت عامة أو خاصة، ووضع ضوابط الشركات متعددة الجنسية أو عبر الوطنية والتزامها باحترام التشريعات الوطنية ومصالح المواطنين ومراعاة مشاعرهم الدينية وقيمهم الثقافية، ومراجعة تمويل وسائل الإعلام بما يضمن استقلالها وخاصة تلك الوسائل التي ترتبط بعلاقات وثيقة مع المؤسسات الإعلامية عبر الوطنية، وأخيراً فإن توسيع مساحة الديمقراطية الإعلامية يتطلب دوماً إيجاد الآليات المناسبة لخلق توازن بين حرية الإعلاميين ومسئولياتهم، والإعلاميون مثلهم مثل غيرهم من المواطنين ينبغي أن يحذروا من ممارسة حريتهم بطريقة تنتهك حريات الآخرين، أن اقتحام خصوصية المواطنين والاتهام بغير دليل، والعنف غير المبرر في البرامج والمسلسلات التليفزيونية والإباحية والصور والأصوات والكلمات غير اللائقة والتي تؤدي مشاعر المواطنين تعوق تطور الديمقراطية الإعلامية، لذلك من الضروري العمل باستمرار على تبين الخط الذي يفصل بين الحرية والتجاوزات غير المقبولة، وأن توجد التشريعات والتقاليد المهنية التي تربط الحرية بالمسؤولية، وهناك مجالات يتعين فيها فرض

قدر معقول من الضوابط، لا القيود، وأن توضع تلك الضوابط في إطار قانوني وأن تخضع لمراجعة القضاء، وأن تكون متفقة مع مبادئ وأسس الديمقراطية الإعلامية^(٩).

وفي مصر فإن حرية المعلومات تقررها العديد من التشريعات حيث يؤكد الدستور في مادته رقم ٢١٠ على حق الصحفيين في الحصول على الأنباء والمعلومات طبقاً للأوضاع التي يحددها القانون، وأعطت المادة الثامنة من القانون رقم ٩٦ لسنة ١٩٩٦، بشأن تنظيم الصحافة، الحق للصحفي في الحصول على المعلومات والإحصاءات والأخبار المباح نشرها طبقاً للقانون، من مصادرها، سواء كانت هذه المصادر جهة حكومية أو عامة، كما أعطت للصحفي حق نشر ما يحصل عليه من هذه المعلومات والأخبار والإحصاءات.

ونظم القانون المشار إليه تسهيل الحصول على المعلومات، في المادة نفسها، بالنص على إنشاء مكتب للاتصال الصحفي في كل وزارة أو هيئة عامة بقرار من الجهة المختصة، إلا أن القانون لم يشر إلى ما يمكن إتباعه في حالة الامتناع عن منح المعلومات للصحفي، أو عدم التزام الجهة المختصة بإنشاء آلية لبث المعلومات، فضلاً عن أن بعض هذه الجهات قد تمثل قيداً كمصدر وحيد للمعلومات، مما يحول دون متابعة الصحفي للحدث.

وحظر قانون الصحافة في مادته التاسعة فرض أية قيود تعوق حرية تدفق المعلومات، أو تحول دون تكافؤ الفرص بين مختلف الصحف في الحصول على المعلومات، أو يكون من شأنها تعطيل حق المواطن في الإعلام والمعرفة. وذلك كله دون إخلال بتحقيق الأمن القومي والدفاع عن الوطن ومصالحه العليا، وهو ما يمثل إشارة واضحة لعدم تميز الصحف القومية عن غيرها في الحصول على المعلومات، وخاصة في إطار التعددية التي أصبحت تتميز بها الصحافة المصرية، سواء كانت قومية أو حزبية أو عامة أو خاصة أو محلية، أو ذات ترخيص أمني.

كذلك أعطت المادة رقم ١٠ من قانون الصحافة الحق للصحفي في تلقي الإجابة على ما يستفسر عنه من معلومات وإحصاءات وأخبار، وذلك ما لم تكن هذه المعلومات والإحصاءات والأخبار سرية بطبيعتها أو طبقاً للقانون. إلا أن هذه المادة لم تحدد طبيعة الحماية التي يجب أن تتوفر للصحفي في حالة الامتناع عن إعطائه الإجابة عن استفساراته.

وأكدت المادة رقم ١١ من قانون الصحافة حق الصحفي في حضور المؤتمرات والجلسات والاجتماعات العامة، لكنها لم نشر إلى حقه في التواجد في مواقع الأحداث، مما يؤدي إلى تفسيرات مخالفة لحرية تدفق المعلومات خلال الممارسة الصحفية على أرض الواقع.

وأجازت المادة ١٩٠ من قانون العقوبات للمحاكم حق حظر نشر المرافعات القضائية في سبيل المحافظة على النظام العام أو الآداب العامة، ومعاقبة من يخالف ذلك، وكذلك معاقبة من ينشر المداولات السرية للمحاكم (مادة ١٩١ من نفس القانون).

وتنص المادة ١٩٣ من قانون العقوبات على عقوبة كل من نشر:

- أخباراً حظرت سلطات التحقيق إذاعتها مراعاة للنظام العام والآداب.
- أخبار التحقيقات أو المرافعات في دعاوى الطلاق أو التفريق أو الزنا.
- كما تحظر المادة ٢٣ من القانون رقم ٩٦ لسنة ١٩٩٦، بشأن تنظيم الصحافة، نشر ما تتولاه سلطات التحقيق أو المحاكمة، أو بما يؤثر على مراكز من يتناولهم التحقيق أو المحاكمة. وتلزم الصحيفة بنشر قرارات النيابة العامة، ومنطوق الأحكام التي تصدر في القضايا التي تتناولها الصحيفة بالنشر أثناء التحقيق أو المحاكمة، ونشر موجز كاف للأسباب التي تقام عليها، ذلك كله إذا صدر القرار بالحفظ أو بأنه لا وجه لإقامة الدعوى، أو صدور الحكم بالبراءة.

- كما تحظر المادة ٢١ من قانون الصحافة، على الصحفي أو غيره، التعرض للحياة الخاصة للمواطنين، كما لا يجوز أن يتناول مسلك المشتغل بالعمل العام، أو الشخص ذي الصفة النيابية العامة، أو المكلف بخدمة عامة، إلا إذا كان تناول وثيق الصلة بأعمالهم ومستهدفاً المصلحة العامة. وهذه المادة تثير قضية الفصل بين جواز النشر عن الحياة الخاصة، التي يمكن أن تؤثر في العمل العام، وما لا يجوز نشره، إلا أن آداب المهنة وميثاق الشرف يمكن لكل منها تنظيم هذه الإشكالية.
- وتحدد المادة ٨٥ من قانون العقوبات المعلومات التي تعتبر سراً من أسرار الدفاع، والتي يحظر نشرها، ومنها المعلومات الحربية والسياسية والدبلوماسية والاقتصادية والصناعية التي يجب أن تبقى سراً، مراعاة لمصلحة الدفاع عن البلاد.
- وينظم القانون رقم ١٢١ لسنة ١٩٧٥ وتعديلاته أسلوب نشر الوثائق الرسمية للدولة واستعمالها، ويحظر نشرها إلا بتصريح خاص من مجلس الوزراء.
- كما حظر قرار رئيس الجمهورية رقم ٧٤٢ لسنة ١٩٧٩ تداول هذه الوثائق أو الاطلاع عليها إلا لمن تستوجب طبيعة عمله ذلك، وحدد القرار الحظر بثلاثين عاماً، كحد أدنى، يمكن النظر في مدها لمدة لا تتجاوز عشرين عاماً، حسب نوعية الوثائق، طبقاً للجنة حدد القرار تشكيلها.
- كما حظر القرار رقم ٢٢ لسنة ١٩٨٣ نشر المعلومات التي لها صفة السرية الخاصة بالبيانات العليا للدولة أو الأمن القومي، إلا بتصريح من مجلس الوزراء.
- كما يحظر قانون العاملين المدنيين بالدولة، رقم ٤٧ لسنة ١٩٧٨، على أي من العاملين التصريح بأعمال الوظيفة إلى الصحف، إلا إذا كان مصرحاً له

بذلك من الرئيس المختص. ويثير هذا القانون إشكالية العلاقة بين الشفافية في المعلومات وبين حق الجهات المختصة في الحفاظ على معلوماتها.

- ويحظر القرار الجمهوري رقم ٢٩١٥ لسنة ١٩٦٤- الذي أنشئ بموجبه الجهاز المركزي للتعبئة العامة للإحصاء- النشر بأي وسيلة نتائج أو بيانات أو معلومات إحصائية إلا من واقع إحصاءات الجهاز، وهو ما يعني ضرورة موافقة الجهاز على نشر بياناته. وفي حالة عدم وجود بيانات تتصل بموضوع محدد، فلا مفر من الحصول مسبقاً على موافقة الجهاز على إجراء بيان أو إحصاء بشأن هذا الموضوع.

ويلاحظ أن في مصر اتجاهين على درجة من التعارض فيما يتعلق بالتدفق الحر للمعلومات: الأول يوضح أن لدينا من القوانين ما يتيح للصحفي حرية الحصول على المعلومات. والاتجاه الثاني يرى أن هناك من الإجراءات والمعوقات ما يعطل هذه القوانين، فالمادة ٨ من قانون تنظيم الصحافة، رقم ٩٦ لسنة ١٩٩٦، تنص على أن للصحفي حق الحصول على المعلومات والإحصاءات والأخبار، المباح نشرها طبقاً للقانون، من مصادرها، سواء كانت هذه المصادر حكومية أو عامة، كما يكون للصحفي حق نشر ما يتحصل عليه منها.

ورغم إيجابية هذا النص القانوني، إلا أن عبارة "المباح نشرها طبقاً للقانون"، التي تضمنتها المادة، تعني أن كفالة حق الصحفيين في الحصول على المعلومات تقتصر على تلك المعلومات المباح نشرها، وذلك دون تحديد لنوعية هذه المعلومات، وهو ما قد يعني فرض السرية على أنواع المعلومات دون أي قيود.

وفي المادة ٩ من القانون نفسه يحظر فرض أية قيود تعوق حرية تدفق المعلومات، أو تحول دون تكافؤ الفرص بين مختلف الصحف في الحصول على المعلومات، أو يكون من شأنها تعطيل حق المواطن في الإعلام والمعرفة، وذلك

كله دون إخلال بمقتضيات الأمن القومي والدفاع عن الوطن ومصالحه العليا. ويعني هذا النص أن أي تقييد لحرية تدفق المعلومات قد أصبح محظوراً بمقتضى هذه المادة، وأن تعطيل حق المواطن في الإعلام والمعرفة أصبح غير مشروع من الناحية القانونية، وذلك فيما عدا ثلاثة مجالات حددها المشروع على سبيل الحصر وهي: الأمن القومي، والدفاع عن الوطن، ومصالح الوطن العليا. لكن يلاحظ أن المصطلحات المستخدمة في تحديد المجالات التي يجوز فرض القيود عليها واسعة وفضفاضة، وبحيث يمكن أن تتيح فرض السرية على الكثير من أنواع المعلومات بحجة أنها تتعلق بالأمن القومي، أو الدفاع عن الوطن ومصالحه العليا.

وتعطي المادة ١٠ من القانون ذاته الحق للصحفي في تلقي الإجابات عما يستفسر عنه من معلومات وإحصاءات وأخبار، وذلك ما لم تكن هذه المعلومات أو الإحصاءات أو الأخبار سرية بطبيعتها، أو طبقاً للقانون، وبرغم ما تمنحه هذه المادة للصحفي من حق، إلا أنها تبيح فرض السرية على أنواع غير محددة من المعلومات، لم يحاول المشرع تحديدها إلا بكونها سرية بطبيعتها، أو طبقاً للقانون.

من خلال هذا التناقض، أو المنح والمنع، الذي يظهر من خلال القانون الذي ينظم الصحافة، تظهر إشكالية اضطراب الصحفي إلى اللجوء للخبر المجهل كنوع من الالتفاف حول القانون، وممارسة حقه في الحصول على المعلومات، والذي يفتح الباب أمام إشكاليات أخرى تتعلق بمصادقية الصحف، وتردي مستوى الأداء المهني، والتنافس على مجارة رغبات القراء. ومن المناسب أن تكون هناك مدة محددة لإفادة الإعلامي بالمعلومة التي يطلب الحصول عليها من أية جهة.

لذلك فمن الضروري وضع التشريعات التي تكفل لوسائل الإعلام الوصول

إلى المعلومات والحصول عليها من مصادرها الأصلية، وأن تتضمن هذه التشريعات محاسبة المسؤولين عن حجب المعلومات عن وسائل الإعلام، ومطالبة الهيئات والمؤسسات الحكومية والأهلية بإيجاد الآليات التي تساعد على تدفق المعلومات بدقة وموضوعية، مثل تخصيص متحدث رسمي أو إعلامي (وقد قامت رئاسة الجمهورية ورئاسة الوزراء بتخصيص متحدث صحفي لكل منهما، وحبذا لو عمم الأمر على كافة الوزارات والهيئات الحكومية المهمة)، أو تنظيم مؤتمرات صحفية دورية ومنتظمة أسبوعياً أو شهرياً لكبار المسؤولين، وتحديد إجراءات قانونية تسمح للإعلاميين بالاطلاع على الوثائق والمستندات والاتفاقيات الحكومية والأهلية، بما لا يمس الأمن القومي أو المصالح العامة.

معوقات ديمقراطية الإعلام

توجد العديد من الظواهر التي تشكل خطراً كبيراً على ديمقراطية الإعلام، وتمثل معوقات أساسية تحول دون تطور الممارسة الديمقراطية في وسائل الإعلام، ومن أبرزها ثلاثة ظواهر وهي:

أولاً: الخلط بين الإعلان والإعلام:

من الظواهر التي تشكل خطراً كبيراً على ديمقراطية الإعلام ذلك الخلط بين الإعلان والإعلام، وهذا بفعل رغبة وسائل الإعلام في تحقيق الإيرادات الإعلانية وزيادة معدلات الربحية، ولا تختلف وسائل الإعلام العامة عن وسائل الإعلام الحزبية والخاصة في هذا الأمر^(١٠).

في الصحافة يتمثل الخلط بين الإعلان والإعلام في التداخل بين الإعلان التحريري وبين المواد الصحفية التحريرية، حيث يأخذ الإعلان أشكالاً تحريرية صحفية، كالخبر أو التحقيق أو الحديث الصحفي، أو المقال أو العمود أو التقرير الصحفي، في حين أنه إعلان مدفوع الأجر، والأمر نفسه تقريباً يحدث في برامج الراديو والتلفزيون^(١١). والمهم أنه في كافة الحالات التي يتم فيها الخلط بين الإعلان والإعلام، لا تحدد الوسيلة الإعلامية بشكل واضح لجمهورها طبيعة المادة الإعلامية المذاعة أو المنشورة، وهل هي مادة إعلانية أو مادة إعلامية؟ وفي أغلب الأحيان تعتمد ذلك في محاولة لإيهام القارئ أو المستمع أو المشاهد

أنه يتلقى مادة إعلامية غير مدفوعة الأجر، حتى تتحقق لها المصادقية والتأثير المطلوب، بل يحدث في حالات كثيرة أن يصير المعلن نفسه على ن يقدم إعلانه بشكل إعلامي يخفي طبيعته الإعلانية^(١٢).

وهذا الخلط تحظره كافة القوانين والأعراف الإعلامية في الدول التي تحترم حق مواطنيها في المعرفة، فهذا الخلط يعتبر نوعاً من الغش والابتزاز للجمهور الذي يتلقى المعلومات منسوبة إلى الوسيلة الإعلامية، في حين أنها تنتمي بالفعل إلى معلن يروج عن فكرة أو سلعة، وهو ما يؤدي إلى خداع الجمهور^(١٣). وهناك العديد من الأمثلة الصارخة على ذلك في مصر، ومنها: ترويج وسائل الإعلام جميعها، صحافة وإذاعة وتلفزيون، لشركات توظيف الأموال التي بددت ثروات أعداد غير قليلة من المواطنين في الثمانينات، وتكرر ذلك مع شركات بيع الأراضي والمساكن وغيرها.

ومن المهم الاعتراف بأن القانون ٩٦ لعام ١٩٩٦ بشأن سلطة الصحافة في مصر وكذلك ميثاق الشرف الصحفي، وميثاق الشرف الإذاعي والتلفزيوني، قد حرصت جميعاً على ضرورة التمييز بين الإعلام والإعلان، وذلك بوضع الإعلانات داخل إطار مستقل بشكل منفصل عن المواد الإعلامية، وهو الأمر الذي لا تزال الصحف تتجاهله بدرجة كبيرة. وفي الوقت ذاته فإن البرامج الإعلانية التي يكفلها المعلنون، تزداد نسبتها في الشبكات الإذاعية والقنوات التلفزيونية العامة والخاصة.

ثانياً: الأخبار المجهلة:

إن ديموقراطية الإعلام تتناقض تماماً مع الأخبار المجهلة، وبرغم ذلك فقد تزايد نمو ظاهرة الأخبار المجهلة في وسائل الإعلام وخاصة في المجتمعات النامية، ويقصد بالخبر المجهل: "الخبر الذي ينشر أو يذاع برغم عدم اكتمال بعض عناصره الأساسية: من أسماء أو أزمان أو أماكن أو أقوال أو أفعال،

ويكون إخفاء هذه العناصر بقصد الإثارة أو تحقيق منفعة أو الإساءة للغير، كذلك فهو يتسم بالتعميم وعدم الدقة". وقد يقصد من وراء تجهيل الخبر، أحياناً، الطعن في أعراض الناس وشرف الأسر^(١٤).

وقد عرفت الصحافة العربية ظاهرة الأخبار المجهلة في الفترة التي أعقبت الحرب العالمية الأولى، وقد تطورت الظاهرة في مصر في نهاية الحرب العالمية الثانية، ورواج الصحافة الشعبية، ولكن سرعان ما انحسرت الظاهرة في الخمسينات والستينات، في ظل التوجه الاشتراكي للدولة. ثم عادة الظاهرة مع عودة الصحافة الحزبية في النصف الثاني من السبعينات، ثم تضخمت مع ظهور الصحافة الخاصة في نهاية التسعينات، وغالباً ما تؤخذ الظاهرة شكل الأبواب الثابتة في الصحف التي تسعى لتعقب المسؤولين والشخصيات العامة، من السياسيين ونجوم المجتمع والفنانين والرياضيين، بما يمكن تسميته بأخبار (النميمة)، وهي أخبار لا تقوم في الغالب على وقائع حقيقية، ثم يتم بعد ذلك إلbasها أشكالاً مثيرة تجذب القراء وتداعب غرائزهم. وقد وصل عدد أبواب النميمة في الصحف الحزبية، والتي تقوم على نشر الأخبار المجهلة، حوالي ٢٤ باباً في الوقت الحالي، في حين بلغ عددها في الصحف الخاصة، والصحف الصادرة بتراخيص أجنبية، ٢٥ باباً، ولم تزل الصحف القومية من الظاهرة، حيث خصصت ١٤ باباً ثابتاً للأخبار المجهلة.

والمحصلة النهائية تصل إلى حوالي ٨٨ باباً ثابتاً للأخبار المجهلة في الصحافة المصرية، حيث أصبحت الأخبار المجهلة تشكل نصف الملاحظات الواردة في التقارير التي يعدها المجلس الأعلى للصحافة عن الممارسة الصحفية بالصحف المصرية بشكل دوري^(١٥).

وبرغم إدراكنا للصعوبات التي تواجه حرية تداول المعلومات، فإنها يجب ألا تدفع الإعلاميين إلى تجهيل الأخبار التي ينشرها أو يذيعها، سواء بدافع السبق الصحفي أو طلباً للحماية من المسائلة القانونية.

ثالثاً: حبس الصحفيين:

لا يمكن الحديث عن ديموقراطية الإعلام دون مناقشة قضية طبيعة العقوبات والجزاءات التي توقع على الإعلاميين مقابل ما يفعلون فيه من تجاوزات أثناء ممارستهم لمهنتهم الإعلامية، وهي القضية التي اشتهرت بقضية (حبس الصحفيين)، في حين أنها تتعلق بالإعلاميين جميعاً سواء كانوا يعملون في الصحافة أو الإذاعة أو التلفزيون أو القنوات الفضائية أو غيرها من وسائل الإعلام التقليدية أو الحديثة. ومن المهم في بادئ الأمر أن تؤكد على حقيقتين على درجة كبيرة من الأهمية، الأولى: أن المجتمعات الديموقراطية تحرم توقيع أي عقوبات إدارية على وسائل الإعلام أو الإعلاميين، فالقضاء وحده المسئول عن محاسبتهم^(١٦).

والحقيقة الثانية: أن المجتمعات الديموقراطية تحرم مصادرة أو غلق أي وسيلة من وسائل الإعلام، سواء عن طريق السلطات الإدارية أو القضاء، وذلك باعتبار أن إصدار وسائل الإعلام حق طبيعي للمواطنين تماماً كالماء والهواء وليس لأي سلطة في المجتمع أن تحرم الإنسان من حقوقه الطبيعية^(١٧). يضاف إلى ذلك أن التجاوز إذا حدث فإنه يكون مسئولية الشخص الذي مارس هذا التجاوز^(١٨)، وعلى سبيل المثال إذا صدمت سيارة شخصاً ما في الطريق فلا يقبض على السيارة أو تقدم للمحاكمة وإنما يحاكم من كان يقودها.

إن فهم قضية حبس الإعلاميين يرتبط بالاتجاه العالمي، وخاصة في الدول المتقدمة، بتفضيل اللجوء إلى التعويضات المالية بدلاً من العقوبات السالبة للحرية مثل الحبس أو السجن في قضايا الرأي التي تتم عن طريق الصحف وبقية وسائل الإعلام، وهو اتجاه يقوم على أساس أن التعويضات المالية وخاصة إذا كانت مرتفعة كافية لردع المخالفين، في حين أن العقوبات السالبة للحرية كالحبس أو السجن لا تكون سوى في الجرائم التي يخشى فيها على حياة المواطنين أو أموالهم.

إن الحبس أو السجن في قضايا الرأي قد لا يحقق الغرض الذي وضعه المشرع من أجله، حيث يسعى البعض إليه طواعية بحثاً عن الشهرة أو ادعاءً للبطولة، أو إعلاءً للقدر أو المكانة، وفي حالات غير قليلة فإن تجارب الحبس أو السجن أصبحت مصدراً للتفاخر وتوضع بين بنود السير الشخصية.

إن حبس الإعلاميين لا يفيد في زجر من يتجاوز منهم فضلاً عن كونه يستخدم كذريعة للإساءة إلى صورة الدولة على المستوى المحلي والإقليمي والعالمي، والحل المناسب والذي يتمشى مع تجارب الدول العريقة في الديمقراطية الإعلامية، هو تغليظ التعويضات المالية إلى الحد الذي يردع كل متجاوز، وفي ذات الوقت يتناسب مع دخول المواطنين.

هوامش الفصل الثاني

- (1) Mohammedi. Ali: International Communication and Globalization. SAGE publications. London. New Delhi- 2005, p.p. 9-11.
- (٢) ماكبرايد. شون: الاتصال والمجتمع - اليونسكو ١٩٨١ - ص ١٢٥، ٣٥٦.
- (3) Meyer. Thomas: Media Democracy MPG Books. Creat Britain. 2002. p.p. 118- 122.
- (4) Street. John: Mass Media, Politics and Democracy palgrave. London. 2002, p.p, 250- 253.
- (5) Wheelers. Mark: Politcs and the Mass Media. Blackwell publishers. London, New York. 2006. p.p, 217- 219.
- (6) Starkey. Guy: Balance and Bias in Journalism. Representation, Regulation and Democracy. Palgrave. London, 2006, p.p, 46- 48.
- (7) Williams. Kevin: Understanding Media Theory. Oxford University press. London. 2003. p. p, 96- 98.
- (8) Watson. James: Media Communication. Macmillan Press. London, New York, third editions. 2004. p. p, 66- 69.
- (9) Boyle. Kaymond: media culture and society. Volume 23- 2001, p.p, 7-9.
- (10) Patterson. Philip and Wilkins. Lee: Media Ethics, Issues and cases. Brown publishers U. S. A. 1998. p. p, 140- 142.
- (11) Kotler. Philip and A Armstrong. Gary: principles of marketing. Pearson prentice Hall. New Jersey. 2006. p. 277.

- (12) Russell. J. Thomas and Lane. W. Ronald: Advertising Procedure. Prentice Hall. New Jersey. 2008. p. p, 160- 163.
- (13) Parente. Donald: Advertising Campaign strategy. Second Edition. The Dryden press. United State of America. 2001- p. p, 224- 227.
- (14) Lowery. Wilson: Commitment to Newspaper- T.V Partnering- journalism of Mass Communication Quarterly- Autumn, 2005 U.S.A. p. p, 500- 503.

(١٥) لجنة تقارير الممارسة الصحفية: الأخبار المجهلة في الصحافة المصرية
المجلس الأعلى للصحافة- القاهرة- ١١/٧/٢٠٠٤م.

- (16) Marken. Lise: The Real and the right and Mass communication Quarterly U. S. A. Summer 2007. p. p, 265- 280.
- (17) Kim- Kihan and McLombs. Maxwell: News story Description and the public's Opinion of political candidates. Journalism and Mass communication Quarterly, U. S. A Summer 2007. p.p, 299- 314.
- (18) Stempel. Carl, Haryrave. Thomas and stempel. Guido: Media Use. Journalism and Mass Communication Quarterly U. S. A. Summer 2007, p. p, 353- 372.

الفصل الثالث

الإعلام وديموقراطية الثقافة

العلاقة بين الإعلام والثقافة

رغم الدور البارز الذي لعبته وسائل الإعلام في خدمة الثقافة عبر مراحل التاريخ المختلفة، إلا أنها كثيراً ما عانت من سوء فهم المثقفين لدورها أو عدم تقديرهم لهذا الدور، ولعله يكاد إن يكون قانوناً ثابتاً، أن يستقبل المثقفون كل وسيلة جديدة من وسائل الإعلام بقدر غير قليل من الشك والاستعلاء وعدم الثقة، ثم سرعان ما يتأقلمون مع تلك الوسيلة الجديدة عندما يدركون قدر ما تحققه للثقافة من خدمات جليلة.

وفي بداية ظهور الصحافة في غرب أوروبا خلال القرنين السابع عشر والثامن عشر، قوبلت بنظرة تتم عن الخوف وعدم الاحترام من جانب النخبة المثقفة، وقد بلغ الأمر حدا دفع الفيلسوف الفرنسي "جاك روسو" إلى القول الصحيفة لبست سوي نشره عابره لا فضل لها ولا إفادة فيها، ولا تقيد قراءتها المهملة والمختصرة من قبل الرجال المثقفين إلا في إعطاء النساء والأغبياء غروراً فوق غرورهم"، كذلك فقد أشار المفكر الفرنسي ديدرو في موسوعته إلى الصحف باعتبارها "هذه الأوراق جميعها غذاء الجهلة ومورد الذين يريدون التحدث والحكم بدون قراءة، ولم يكن غريباً أن أغلب الفلاسفة والمفكرين الفرنسيين الذين وجدوا في الفترة التي سبقت الثورة الفرنسية مثل فولتير ومنسكيو وديدرو لم يكتبوا قط في الصحف التي كانت تصدر في عصرهم، وقد حدث العكس تقريباً بعد الثورة وخاصة بعد أن تحولت الصحافة في فرنسا وفي

أوروبا الغربية بأكملها من صحافة خبر إلي صحافة رأي، لذلك لم يكن غريباً أن يندفع عدد كبير من المثقفين الفرنسيين إلي إصدار الصحف للتعبير عن أفكارهم، فقد أصدر ميرابو صحيفة "لوكوربيه ده يرفانس" وإصدار مارا صحيفة (لامي دوبويل) وأصدر باييف صحيفة (له تربين دبويل) ولعل أكبر دليل علي تعاضم قدر الصحافة قول نابليون بونابرت عن صحيفة (له مونبتور) "أنها قلب حكومتي ومصدر قوتها وهي كذلك وسيطي لدي الرأي العام في الداخل والخارج وكلمة الأم لأنصار الحكومة"^(١).

وقد حدث نفسي الشيء تقريباً في بداية ظهور السينما والراديو والتلفزيون والفيديو والقنوات الفضائية، وقد حدث ذلك في الماضي ومازال يحدث اليوم رغم وجود ارتباط وثيق بين الإعلام والثقافة، بل يمكن أيضاً أن نعتبرهما شيئاً واحداً يحدث، أو علي الأقل وجهان لعملة واحدة، أو أن أحدهما جزء من الآخر، فإذا انظرنا إلي الثقافة باعتبارها "مجموع انجازات الإبداع الإنساني، أو كل ما إضافة الإنسان إلي الطبيعة" وإذا نظرنا إلي الإعلام بمعنى Communication ، أي الاتصال وهو "عملية" تبادل المعلومات والحقائق والآراء والأفكار والرسائل فيما بين الأفراد والجماعات لكان معني ذلك إن الاتصال هو الناقل الأساسي، بل الوحيد للثقافة!

أما إذا نظرنا إلي الإعلام بمعني Information أي المنتج الإعلامي، أو مخرجات وسائل الاتصال بما تحتويه من معلومات وآراء وأفكار ورسائل وسائر مضامين الأنشطة والإبداعات الثقافية، لكان معني ذلك أن الإعلام جزء من الثقافة، أو هو الثقافة نفسها، إن الفرد كعضو في جماعة يستقبل الرموز والمضامين الثقافية وينقلها إلي غيره عبر نوعين من وسائل الاتصال والإعلام، الأول الاتصال والإعلام المباشر والذي يأخذ أحيانا شكل الاتصال الشخصي كما في اللقاءات الثنائية، ويأخذ في أحيان أخرى شكل الاتصال الجمعي كما يحدث في فصول المدارس وقاعات المحاضرات بالجامعات وفي المساجد وفي الندوات والمؤتمرات وفي المسرح وغيره، أما النوع الثاني فيتم عن طريق وسائل

الاتصال والإعلام الجماهيري كالنشرات والكتب والصحف والراديو والسينما والتلفزيون والفيديو والقنوات الفضائية والإنترنت وغيرها، فإذا بحثنا عن وسائل نقل المضامين الثقافية لما وجدنا سوي وسائل الاتصال والإعلام بنوعيتها المباشر والجماهيري، ولا شيء غيرهما.

إن هذا التصور للعلاقة بين الثقافة والاتصال والإعلام لا يعني أن كل ما ينقل عبرهما هو ثقافة^(٢)، وفي الوقت نفسه فمن عبر المتصور تحمل كافة الرسائل الإعلامية مضامين ثقافية، كذلك فإن وسائل الاتصال ليست مجرد أدوات محايدة لنقل الثقافة، فهي تؤثر في هذه الثقافة وتتأثر بها، وفي حالات كثيرة فإن الوسيلة تصبح هي الرسالة، فالكيفية التي تنتقل بها ثقافة ما تؤثر في هذه الثقافة وتحدث بها تغييرات جذرية بحيث تكتسب هذه الثقافة سمات الوسيلة التي تنقلها^(٣)، فالقصيدة الشعرية التي تلقى شفاهة تحمل كافة سمات الاتصال المباشر، وتكتسب القصيدة ذاتها سمات الاتصال الطباعي عندما تتحول إلى ديوان مطبوع، فإذا ما تحولت إلى قصيدة مغناة تبث من خلال شاشة التلفزيون، تكتسب سمات الاتصال التلفزيوني الذي بجميع بين الصوت والصورة المتحركة.

كذلك فإن ظهور وسائل جديدة للاتصال يؤدي إلى ظهور ألوان جديدة من الثقافة لم تكن معروفة من قبل ما كان يقدر لها أن توجد بدون ظهور هذه الوسيلة الجديدة وعلى سبيل المثال فإنه بدون وجود المطبعة ما وجدت الرواية الأدبية، وبدون الصحف ما وجدت القصة القصيرة والمقال النقدي، وبدون وجود الراديو والتلفزيون ما وجدت الدراما الإذاعية والتلفزيونية وهذا الأمر مع العديد من ألوان الإبداع الثقافي التي ظهرت بوجود وسائل الاتصال والإعلام الجماهيرية^(٤).

خلاصة القول إن الثقافة تؤثر وتتأثر بالوسيلة التي تنقلها بحيث تضفي على الوسيلة طابعها، وفي ذات الوقت تكتسب هي طابع الوسيلة التي تنقلها.

التفسير الإعلامي للتاريخ الثقافي

أن التاريخ الثقافي للبشرية يسير في خط متواز مع التطور التاريخي لوسائل الاتصال والإعلام، فكما يوجد التفسير الاجتماعي أو الاقتصادي أو السيكولوجي للتاريخ، فهناك أيضاً ما يكن إن نسميه التفسير الاتصالي والإعلامي للتاريخ وهو تفسير يقوم علي تقسيم التطور الإنساني تبعاً لمراحل تطور وسائل الاتصال والإعلام^(٥)، فهناك مرحلة الاتصال الشفهي في التاريخ (النفخ في الأبواق والمنادين والخطباء والشعراء ورواة القصص والأساطير، وتلتها مرحلة الاتصال الخطي (النقش علي الأحجار والرسم علي الجدر أن والمقابر والمعابد والقصور والكتابة علي الجلود أو الورق) ثم مرحلة الاتصال الطباعي (النشرات والكتب المطبوعة والصحف) وأخيراً مرحلة الاتصال والإعلام الالكتروني والاتصال والإعلام الشفهي والراديو والسينما والتلفزيون والفيديو والكمبيوتر وأقمار الاتصال الصناعية).

وقد ارتبطت ثقافة كل عصر بطبيعة المرحلة الإعلامية، ففي مرحلة سادت الثقافة الشفهية، وفي مرحلة الاتصال والإعلام الخطي وجدت الثقافة الخطية أو المكتوبة، وفي مرحلة الاتصال والإعلام المطبوع، سادت الثقافة المطبوعة، وفي مرحلة الاتصال والإعلام الالكتروني سادت ثقافة الصوت والصور المتحركة.

وعلى ضوء هذا التفسير الاتصالي والإعلامي للتاريخ يتضح لنا أن الاتصال

والإعلام المباشر قد انفرد وحده بمرحلة الاتصال والإعلام الشفهي، وكذلك الحال بالنسبة للثقافة، فقد كانت شفوية وبالتالي اعتمدت على الاتصال المباشر، وقد استمر نفوذ الاتصال المباشر وما ارتبط به من إعلام وثقافة شفوية طوال المرحلة التالية، أي مرحلة الاتصالي الخطي، وذلك لندرة من كانوا يعرفون القراءة والكتابة في تلك العصور، ولأن القراءة والكتابة لا تلغي الاتصال المباشر، أما في المرحلتين التاليتين، أي مرحلة الاتصال الطباعي ومرحلة الاتصال الإلكتروني فقد اعتمد الإعلام والثقافة على وسائل الاتصال الجماهيري، ومن ثم فقد ظهرت بالتالي الثقافة الجماهيرية، وهكذا عملت وسائل الاتصال الجماهيرية على إيجاد ثقافة جديدة لها طبيعة مغايرة للثقافة التقليدية التي كان يتم نقل أغلبها عن طريق الاتصال المباشر بنوعية الشخصي والجمعي، ولم تعد وسائل الاتصال الجماهيرية تكفي بمجرد نقل الثقافة ونشرها، بل أصبحت تقوم بانتقاء محتواها أو ابتداعه.

ومن المهم الانتباه أن التطور الاتصالي والإعلامي وكذلك التطور الثقافي عبر التاريخ لم يكن يتم بشكل منتظم، ففي الوقت الذي عرفت فيه بعض الشعوب الإعلام والثقافة المطبوعة، كانت هناك لشعوب ما تزال تقف عند المرحلة الشفهية أو الخطية للإعلام والثقافة، كذلك فإن تكنولوجيا الاتصال والإعلام لم تظهر وتنتشر في المراحل الثلاث الأولى الشفهية والخطية والطباعية بنفس السهولة والسرعة التي تنتشر بها في المرحلة الرابعة الإلكترونية وهو ما انعكس بدوره على الثقافة، ثم أنه من المهم ملاحظة أنه لا توجد حدود فاصلة بين المراحل التاريخية الأربعة التي مرت بها وسائل الاتصال ومن ثم مرت بها الثقافة، كذلك لم يكن هناك ما يمنع من أن تتداخل مرحلتان أو أكثر معاً فقد وجد الإعلام ووجدت الثقافة المخطوطة في نفس الوقت مع الإعلام والثقافة الشفهية، ولكن من الضروري ملاحظة أن الإعلام والثقافة الخطية قد ارتبط ظهورها باكتشاف القراءة والكتابة، فالمجتمعات التي لم تعرف القراءة والكتابة لم تعرف

الإعلام والثقافة الخطية، كذلك فقد ارتبط ظهور الإعلام والثقافة المطبوعة باكتشاف المطبعة في منتصف القرن الخامس عشر الميلادي، وإن المجتمعات التي لم تعرف المطبعة، لم تعرف الإعلام أو الثقافة المطبوعة.

ورغم التطور الهائل في وسائل الاتصال والإعلام في عصرنا الراهن فإن معظم شعوب العالم وعلى الأخص سكان الريف في البلدان النامية مازالوا يبعثون ويستقبلون رسائل ثقافية من خلال قنوات الاتصال المباشر ومن المتوقع أن يستمر هذا الوضع لسنوات طويلة قادمة، كذلك فمن المستحيل أن نفهم فهماً كاملاً مزايا وحدود وسائل الاتصال الالكترونية إذا اعتبرناها عناصر مستقلة عن قنوات الاتصال المباشر، لأن شبكات الاتصال بشكل عام تنمو بطريقة تراكمية أو تجميعية، بحيث يضاف كل شكل جديد فيها إلى الأشكال القديمة دون أن يؤدي إلى اختفائها، وعلى العكس فإن الاتصال المباشر يكتسب دلالة جديدة في مواجهة التأثيرات اللاشخصية للتكنولوجيا الحديثة، وبالتالي مازال يمثل جزءاً هاماً من شبكة الاتصالات سواء في الدول النامية أو الدول المتقدمة وأن نمو وسائل الاتصال الحديثة قد يعزز في كثير من الحالات قنوات الاتصال المباشر ويجعلها أكثر يسراً وفاعلية^(٦)، وعلى سبيل المثال فإن التطور السريع في تكنولوجيا الاتصال الجماهيري في ميادين السينما والتلفزيون والفيديو لم يضعف المسرح، وهو يقوم على الاتصال المباشر، بل أن المسرح استفاد في جوانب كثيرة بهذا التطور.

وعلى ضوء التفسير الإعلامي للتاريخ الثقافي فإن القراءة الاتصالية والإعلامية لأدب وفنون العصور المختلفة وخاصة العصور القديمة وجانب من العصور الوسطى يمكن أن يضع أيدينا على حقائق مثيرة، فإن رواة القصص والأساطير والملاحم من الشعراء والمنشدين في الحضارات القديمة إنما كانوا يقومون جميعاً بمهام اتصال وإعلام، فقد أدت الرغبة في الاحتفاظ برواية الأحداث الكبرى في التاريخ إلى وضع ملاحم وسير وقصص لو خضعت

للتحليل العلمي لما زادت عن مجموعة من القصص الصحفية الإخبارية الجيدة، لقد حرص قدماء المصريين ومن بعدهم الإغريق والرومان على تمجيد حكامهم وزعمائهم وتخليد ذكرى أبطالهم فنصبوا لهم التماثيل والهيكل والمعابد وأقاموا لتكريمهم أعياداً واحتفالات وألفوا الملاحم والسير في الإشادة بانتصاراتهم^(٧). وقد حفظت لنا الآثار التاريخية من هذه الملاحم، ملحمين شعريتين تركهما شاعر الإغريق الكبير هو ميروس هما الإلياذة والأوديسيا^(٨). واشتهرت في الحضارة الرومانية ملحمة "الإلياذة" لفرجيل وفيها محاكاة لإلياذة هوميروس حيث حكى قصة تأسيس مدينة روما، كذلك اشتهر للرومان أيضاً (المواظ) للشاعر هوراس^(٩).

ويمكن أن نجد مقابلاً لذلك في الحضارة العربية سواء كان ذلك قبل ظهور الإسلام أو بعد ظهوره، فقد أنشأ العرب منذ القرن السابع الميلادي لغة أدبية متقدمة في ساحة الفكر، وأخذت البلاغة والشعر تحتلان مكانة عظيمة عندهم، واخترعت عدة أشكال أدبية لعل أبرزها النثر المسجوع وأنواع عديدة من الأوزان، واتخذت المنظومات أساليب جديدة فراج قرص الشعر كثيراً، وذلك لممدح أبطالهم وقبائلهم وذم أعدائهم، واشتهرت لهم العديد من الملاحم والسير التي سجلت أهم حوادثهم وطابع حياتهم، لعل أهمها عنتره بن شداد وسيف بن ذي يزن والسيرة الهلالية وألف ليلة وليلة.

ومن المهم أيضاً أن نعيد تفسير العوامل التي دعت الحكام في العصور القديمة والوسطى إلى رعاية وتشجيع الثقافة والمتقنين وخاصة الشعراء منهم، أن هذه الرعاية لم تكن بسبب إعجاب هؤلاء الحكام بالأدب أو الفن أو الشعر فقط، وإنما لما كان يقوم به الأدب والشعر من وظائف إعلامية في خدمة الحكام.

الإعلام الإلكتروني وديموقراطية الثقافة

في ظل سيادة الثقافة الشفهية في مرحلة الاتصال والإعلام المباشر، كانت الثقافة ذات مستوى واحد في كل تجمع بشري، فلم تعرف ذلك التمايز الذي تشهده اليوم بين ثقافة للنخبة وثقافة للجماهير العريضة، ولكن هذا التمايز بدأ يظهر بالتدريج في مرحلة الاتصال والإعلام المخطوط وما ارتبط به من ثقافة خطية أو مكتوبة، إذ اتسعت المسافة بين من يعرفون القراءة والكتابة وبين الجمهرة الغالبة من الأميين في أغلب المجتمعات البشرية، وبدأ يظهر في معظم الحضارات الإنسانية ذلك التمايز في الثقافة بين لغة الكتابة ولغة الحديث، وبين الفصحى والعامية أو اللهجات المحلية، وقد ازداد هذا التمايز وضوحاً في مرحلة الاتصال والإعلام الطباعي ثم أصبح طابع مرحلة الاتصال والإعلام الإلكتروني.

ورغم هذه الثنائية الثقافية فإن وسائل الاتصال والإعلام الجماهيرية قد لعبت دوراً هاماً في إضفاء طابع ديموقراطي على الثقافة، فقد نقلتها من الصفوة إلى العامة، إذ تشكل وسائل الإعلام الجماهيرية بالنسبة لملايين من الناس الوسيلة الأساسية في الحصول على الثقافة وجميع أشكال التعبير الإبداعي.

وفي الوطن العربي بدأ التمايز بين لغة الكتابة ولغة الحديث بعد ظهور الإسلام وتدوين القرآن، وبالتدريج أصبحت العربية الفصحى لغة الممارسة

الدينية والثقافية فكرياً وعملاً، وظهرت تلك الثنائية التي اتسمت بها الثقافة العربية بين ثقافة روحية وثقافة مادية وبين ثقافة قومية وأخرى قطرية.

ومن الضروري أن نَعترف بأن بعض ألوان الثقافة في عصر الاتصال والإعلام الجماهيري نجحت في أن تكون ثقافة قومية رغم استخدامها العاميات أو اللهجات المحلية في بعض أقطار العالم العربي، ورغم أن هذا الأمر له جانبه الإيجابي، إلا أنه يشكل في رأينا- أحد التحديات الكبرى التي تواجه العربية الفصحى في عصر الاتصال والإعلام الجماهيري، خاصة وأن اللغة هي الناقل الأساسي للحضارة وأن التقليل من مكانة اللغة يمكن أن يفقد وراثتها هويتهم، وأن السماح بأضعاف اللغة أو تلاشيتها، خسارة ثقافية لا يمكن لأي أمة تعويضها^(١٠).

إن اللغة يمكن بسهولة أن تدعم سيطرة الصفوة السائدة ولكنها يمكن من ناحية أخرى أن تدعم الديمقراطية الثقافية من خلال تطوير اللغة القومية بحيث تكفل التعبير عن أي فكرة في مجالات التكنولوجيا والعلوم والتربية والثقافة وتسهيل تبادل المعلومات الفنية والعلمية والثقافية بحيث لا يكون تتاثر اللغات أو تعددها مشكلة، كما أوضحت ذلك التجارب التي مرت بها بلدان مثل الهند وبلجيكا، حيث ساعدت ديمقراطية الاتصال بدعم الثقافة القومية^(١١).

إذا كان لوسائل الاتصال والإعلام الجماهيرية المطبوعة والإلكترونية فضل في إضفاء الطابع الديمقراطي على الثقافة من خلال تحويلها من ثقافة للنخبة إلى ثقافة للجماهير العريضة، فإن هذا الدور يحمل في ذات الوقت بعض التأثيرات السلبية على الثقافة، فإن إدخال وسائل إعلام جديدة وخاصة التلفزيون والفضائيات في المجتمعات التقليدية كثيراً ما يؤدي إلى زعزعة عادات ترجع إلى مئات السنين والتشكيك في ممارسات حضارية كرسها الزمن، وغالباً ما يصاحب الفوائد التي تأتي بها وسائل الاتصال والإعلام الحديثة ممارسات سلبية

تشجيع القلق في المجتمعات المستقرة، وفي بعض الحالات قامت وسائل الاتصال والإعلام الحديثة بتشويه أنماط ثقافية كان يجب الحفاظ عليها، ومما لاشك فيه أن عملية التحديث الثقافي التي نتجت عن انتشار وسائل الاتصال والإعلام المطبوعة والإلكترونية قلما تتم في كثير من المجتمعات دون أن تصاحبها بعض عوامل التمزق والاضطراب في النسيج الثقافي لهذه المجتمعات.

ومن المهم أن نعترف أن معظم السلبيات التي تصاحب وسائل الاتصال والإعلام الجماهيري لا ترجع إلى طبيعة هذه الوسائل باعتبارها وسائل مطبوعة أو إلكترونية، وإنما بسبب الظروف الاجتماعية والاقتصادية والثقافية التي صاحبت ظهور هذه الوسائل وانتشارها، فقد ظهرت هذه الوسائل في المجتمعات الغربية حيث يسود المثل الأعلى الاستهلاكي القائم على المصالح التجارية، ومن ثم فهي تركز على نقل ثقافة التسلية والترفيه أكثر مما تعرض من ألوان الثقافة الرفيعة، كما أنها تخضع للإعلان وتلبية رغبات المستهلكين، وهو الأمر الذي يؤدي في كثير من الأحيان إلى تسطيف الإنتاج الثقافي ونمطيته^(١٢).

وقد أدى الخلط بين الإعلان والثقافة في وسائل الإعلام الجماهيرية إلى تشويه كثير من ألوان الإبداع الثقافي، ورغم أن الإعلان يعتبر مادة ثقافية بما يسهم به في تأصيل بعض العادات أو نبذها وبما يوجده من أنماط حياة وسلوك في مختلف المجالات سواء في المأكل أو الملبس أو المسكن، إلا أنه غالباً ما يكون أسيراً للمثل الأعلى الاستهلاكي القائم على المصالح التجارية.

لقد غلب على مرحلتي الاتصال الشفهي والخطي في التاريخ طابع الثقافة المحلية، وإن كان هذا لا ينفي أنه حدث في معظم فترات العصور القديمة والوسطى اتصال ثقافي بين الشعوب سواء عن طريق الهجرات أو الغزوات أو عن طريق الرحالة، فضلاً عن قيام بعض حركات الترجمة النشطة في بعض الحضارات رغم ما اكتنفها من صعوبات النسخ المحدود في مرحلة الاتصال

الخطي. وفي مرحلة الاتصال الطباعي، أخذت الثقافة تكتسب بالتدريج أبعاداً عالمية بما وفره لها التوزيع الجماهيري الواسع للكتب والصحف المطبوعة، وخاصة تلك التي كتبت بلغات ذات نفوذ دولي في ذلك الوقت مثل الفرنسية والإنجليزية.

وفي مرحلة الاتصال الإلكتروني حدث تطور مذهل يتضاءل أمامه كل ما تحقق من تطور عبر المراحل الثلاث السابقة، والذي تمثل أخيراً في ذلك الاندماج الذي جرى بين ظاهرتي انفجار المعلومات وثورة الاتصال، والمظهر البارز لانفجار المعلومات يتمثل في المعالجة الآلية للمعلومات، حيث تمت الاستعانة بالحاسب الآلي في تخزين واسترجاع خلاصة ما أنتجه الفكر البشري في أقل حيز متاح وبأسرع وقت ممكن، أما ثورة الاتصال فقد تجسدت في معالجة المعلومات عن بعد باستخدام أقمار الاتصال الصناعية، وبذلك أمكن لملايين الأنباء والبيانات والأفكار والآراء والصور والرموز أن تتدفق عبر الدول والقارات والمحيطات بطريقة فورية ومكتوبة وبالصوت والصورة، وبذلك انفتح أمام الاتصال الثقافي الدولي آفاق ديموقراطية لا حدود لها.

لقد أضفى تطور الاتصال الإلكتروني طابعاً دولياً على الثقافة وقد أصبح من الصعوبة التفرقة الدقيقة بين ما هو ثقافة وطنية وما هو ثقافة أممية فالثقافة الوطنية التي ينتجها مجتمع ما لمواطنيه، قد أصبح لها شكل من الأشكال، ومقصود أو غير مقصود بعداً أممياً فالثقافة التي تبثها محطات التلفزيون والفضائيات في الولايات المتحدة وكندا واليابان ودول غرب أوروبا ودول أخرى في الشرق والغرب والتي أعدت في الأصل لجمهورها المحلي، أصبح معظمها بالبث عبر الأقمار الصناعية، يشاهد في أنحاء متفرقة من العالم، وقد اكتسبت بذلك بعداً دولياً لم تسعى إليه أصلاً، ولكن تطور تكنولوجيا الاتصال جعل ذلك ممكناً، كذلك فإن الثقافة التي تبثها برامج الراديو في معظم دول

العالم، أصبحت تسمع في أماكن أبعد من حدودها الوطنية، بفضل تطوير إمكانات الموجة المتوسطة والقصيرة، ومعظم برامج هذه الخدمات الإذاعية يستهدف في الأصل المستمع المحلي، ولكن التطور التكنولوجي أضاف إليها بدرجة ما بعداً دولياً، وتتسحب نفس الظاهرة على الثقافة في الصحف أيضاً سواء منها الجرائد اليومية أو المجلات الأسبوعية أو الشهرية أو الفصلية، فإن التقدم الكبير في وسائل المواصلات اختصر الكثير من الوقت والجهد والمال اللازم للتوزيع خارج الحدود الوطنية، وقد شجع هذا التطور العديد من الصحف المحلية وخاصة التي تصدر باللغات الأكثر تداولاً في العالم، على التواجد في الأسواق العالمية، أما الصحف الدولية من الأصل، فقد زادت فعاليتها واتسع مجال انتشارها ووصلت إلى أماكن لم تصل إليها من قبل بفضل تطور تكنولوجيا الاتصال، فعن طريق جهاز الفاكسميلي مثلاً أمكن إرسال صفحات الجريدة بالكامل من المقر الرئيسي إلى أي مكان آخر في العالم، حيث تطبع وتوزع على القراء في نفس الوقت الذي تطبع وتوزع في مقرها الرئيسي، ولم يعد مستغرباً أن نجد صحفاً دولية تطبع في عشر عواصم في وقت واحد، وقد تأكد الآن أن أكبر إنجاز حققته الثورة التكنولوجية في مجال الاتصال، إن المسافات لم تعد عقبة أمام تبادل الثقافات على المستوى الدولي.

وقد قوبل هذا التطور، في البداية، بترحيب من كافة الأمم، وكان الأمل يحدو الجميع في أن تعم فوائده الثقافية على كافة، ولكن سرعان ما خيب هذا التطور الآمال التي عقدت عليه، فقد أدى هذا التطور إلى زيادة الفجوة الثقافية بين الدول الصناعية المتقدمة من ناحية والدول النامية من ناحية أخرى، حيث وجدت دول تتمتع بوفرة في الإنتاج والثقافي ودول أخرى تعاني من مجاعة في هذا الإنتاج، ويوماً بعد يوم تتسع الفجوة بين الدول المتقدمة والدول النامية، وتشير الإحصاءات الحديثة لليونسكو أن الدول الصناعية المتقدمة تستخدم ٩٢% من

الطيف اللاسلكي ومن المدار الذي تطلق إليه الأقمار الصناعية، وأن هذه الدول تملك ٨٨% من إمكانيات الحاسب الآلي، وأن ٧٠% من سكان العالم، وهم أبناء الدول النامية في آسيا وأفريقيا وأمريكا اللاتينية لا يملكون سوى ٤٠% من الصحف الصادرة في العالم و ٢٢% فقط من عدد النسخ المتداولة، وأن ٤٨% من أجهزة الراديو توجد في أمريكا الشمالية و ٣٢% في أوروبا في حين لا يزيد نصيب آسيا عن ١٢% أمريكا اللاتينية عن ٩% وأفريقيا ٣% فقط، وبالنسبة لأجهزة التلفزيون تصل إلى ٣٧% في أمريكا الشمالية و ٣٤% في أوروبا و ١٦% في آسيا و ٩% في أمريكا اللاتينية و ٣% فقط في أفريقيا.

وفي مجال إنتاج الكتاب فإن الولايات المتحدة وأوروبا الغربية وروسيا الاتحادية وكندا وأستراليا ونيوزلندا واليابان تنتج ٨١% من مجموع الكتب في العالم، في حين لا تضم هذه الدول سوى ٣٠% من مجموعة سكان العالم، مما يدل على أن ٧٠% من سكان العالم من أبناء الدول النامية لا ينتجون سوى ١٩% فقط من مجموع الكتب الصادرة سنوياً^(١٣).

وقد ترتب على هذا الوضع ظهور ما يمكن أن نسميه بظاهرة التبعية الإعلامية^(١٤)، حيث أصبحت البلدان النامية تستورد نسبة عالية من المنتجات الثقافية من عدد قليل من البلدان المتقدمة، وبالمقارنة نجد التدفق في الاتجاه العكسي ضئيلاً للغاية، فالبلدان المتقدمة تحصل من البلدان النامية على ما عندها من عناصر الثقافة، بينما تحصل البلدان النامية على كثير مما يمكن وصفه بأي معيار موضوعي بأنه من أسوأ ما ينتج في البلدان المتقدمة^(١٥). ولا مناص من أن يضر هذا التبادل غير المتكافئ بالثقافة الوطنية للبلدان النامية، فالمواد المستوردة تزاحم إنتاج الكتاب والموسيقيين وصانعي الأفلام وسائر الفنانين والمبدعين بهذه البلدان، كما أن المواد الثقافية المنتجة محلياً على غرار النماذج المستوردة تؤدي بدورها إلى تكريس التبعية الثقافية للدول المتقدمة.

ويثير هذا الوضع غير المتكافئ العديد من المخاوف لدى الكثير من الدول النامية ومن بينها الدول العربية من هيمنة الإنتاج الإعلامي الغربي، خاصة وأن نسبة غير قليلة من المنتجات الإعلامية الغربية تقدم كسلعة تجارية تم تسويقها كأى سلعة أخرى^(١٦). وذلك ناتج عن سيطرة النزعة الاستهلاكية في المجتمعات الغربية فمقياس نجاح المنتج الإعلامي في الغرب الرأسمالي هو حجم المبيعات ومقدار الأرباح التي يحققها هذا الإنتاج^(١٧)، لذلك فقد غلب عليه الطابع الترفيهي.

ولكن الذي يهم معظم الحكومات في العالم الثالث هو تخوفها أن ينجم عن البث الفضائي الإلكتروني مخاطر سياسية نتيجة بث برامج معادية لأنظمة الحكم بما يهدد الاستقرار السياسي بهذه الأنظمة^(١٨)، خاصة وأن تطور تكنولوجيا الاتصال الفضائي الإلكتروني جعل من أية محاولات لمنع أو الرقابة أو التشويش على هذا الإعلام أمراً شبه مستحيل من الناحية التقنية^(١٩).

وفي العالم العربي جرت وما تزال عدة محاولات لضبط أداء الإعلام الفضائي العربي وعبر الجامعة العربية، وقد قوبلت هذه المحاولات بمعارضة قوية من جانب معظم وسائل الإعلام الفضائي العربية ومن جانب كثير من القوى والمنظمات السياسية العربية^(٢٠).

والحل الذي نقترحه في مواجهة المحاولات الحكومية العربية لتقييد البث الفضائي الإلكتروني يقوم على الاستفادة من تجارب المجتمعات الديمقراطية التي قامت بتشجيع وسائل الإعلام الفضائي على وضع موائيق شرف إعلامية تتبع من الإعلاميين أنفسهم ولا تفرض عليهم من السلطات الحكومية، وهذه الموائيق يمكنها أن تعالج أي خروج على القيم والأعراف مع الضمان الكامل لحريتها في التعبير، وهذا الحل يتمشى مع بعض المحاولات الدولية الجارية الآن عبر عدد من المنظمات الدولية لصياغة عدد من الموائيق التي تسمح

بالاستفادة العادلة من تطور تكنولوجيا الاتصال الإلكتروني لكافة الشعوب وذلك لضمان السريان الحر لثقافات الأمم بما يساعد على تنمية التفاهم بين الشعوب في إطار الاحترام المتبادل لتعدد سياسات الدول والتنوع في الثقافات الوطنية، فالتنوع والتبادل الحر يشكلان جناحي ديموقراطية الثقافة والإعلام، سواء على المستوى الوطني أو الدولي.

هوامش الفصل الثالث

(١) فرانسوتيرو والبيربيار: تاريخ الصحافة، ترجمة عبد الله عنان، المنشورات العربية، بيروت ص١٤-١٥.

(٢) شون ماكبرايد: الاتصال والمجتمع، اليونسكو، ص ٨٢-٨٣.

(3) Alfred G. Smith: Communication and Culture: Holt, Rineh art and Winston. London. 1992, p.p, 12- 13.

(٤) من المهم الإشارة إلى وجود عشرات التعريفات لمفهوم الثقافة، منها ما يضيق بالمفهوم حتى يقصره على الآداب والفنون ومنها ما يتسع به ليشمل كافة أشكال الإبداع الإنساني، ورغم ذلك نود التأكيد على أن الثقافة تشمل بالتأكيد ذلك المركب المتجانس من الذكريات والتصورات والقيم والرموز والتعبيرات والإبداعات التي تحتفظ لجماعة بشرية ما بهويتها الحضارية (محمد عابد الجابري: الثقافة العربية اليوم، ومسألة الاستغلال الثقافي- مجلة المستقبل العربي- بيروت أغسطس ١٩٩٣ ص٩)، وبالتالي فالثقافة هي حصيلة لقاء ديناميكي بين دلالة الخبرة الماضية وعملية المواجهة اليومية لمشاكل الوجود الإنساني، وبهذا المعنى هي جامدة ومتجددة في أن واحد، الخبرة تصير علامة على المعرفة، والتفاعل المستمر تعود إلى مرونة إزاء الواقع المتجدد، وبالتالي فلا ثقافة دون تاريخ، ولا ثقافة دون حركة مستمرة وانبعثت دائم نحو التغيير والتجديد (حامد ربيع: الثقافة العربية، دار الموقف العربي القاهرة، ١٩٨٣، ص٥٢)، الثقافة هي مجمل التراث الإنساني، وهي أسلوب حياة المجتمع، لذلك فلكل شعب ثقافته.

(٥) يقصد بالاتصال عملية انتقال الآراء والأفكار والمعلومات داخل مجتمع ما، وهذا المفهوم باعتباره تعبيراً لغوياً مشتق من التواصل بمعنى المشاركة وهو المعنى الذي تفسره الكلمة اللاتينية Communis وهي تعني مشترك أو اشتراك، ومنها اشتقت الكلمة الإنجليزية Communication (Rogers: Communication and Development. Sage publication. London 1996. p. p. 122- 127) ويؤكد تقرير اللجنة الدولية لدراسة مشكلات الاتصال أنه لا يوجد تعريف واضح لمفهوم الاتصال Communication والإعلام Information كذلك فإن أكثر المؤلفين يستخدمون هذين اللفظين بلا تمييز، ومع ذلك فكثيراً ما يعد الإعلام أساساً إشارات أو رسائل تنتقل في اتجاه واحد من مصدر إرسالها إلى متلقيها، بينما ينطبق الاتصال على الظاهرة المتشعبة للمبادلات المتنوعة التي تجري بين الأفراد والجماعات بواسطة إشارات أو رموز، وقد استخدم التقرير اللفظين للدلالة على ظاهرتين مختلفتين، فالاتصال هو "عملية" تبادل الأنباء والحقائق والآراء والرسائل فيما بين الأفراد والجماعات، بينما الإعلام هو "المنتج" أي الأنباء والبيانات ووسائل مضامين ومخرجات وسائل الإعلام.

(6) Samarajive Rohan and Shields. Peter: Telecommunication Networks as Social Space. Media Culture and society Volume 19- October 1997. P.p 535- 556.

(٧) ديورانت. ول: قصة الحضارة. ترجمة عبد الله نعمان - المنشورات العربية، بيروت - ١٩٧٣، ص ٨.

(٨) وافي. علي عبد الواحد: الأدب اليوناني القديم، دار المعارف، القاهرة، ص ٦٥، ٧٣.

- (9) Macgregor. Marg: The story of Rome Apelicaun book. London. 1962, p.p, 17- 22.
- (10) Humphrey Tonkin: Equalizing Language. Journal of communication. Spring. 1998- p.p. 72- 79.
- (11) Mcnair Brain: politics and Democracy. Oxford University Press. London 2007. p.p. 19- 21.
- (12) Katitaz Sophia: Media policy as Industrial policy. European Journal of Communication. Volume 11 December 1996. p. p. 453- 460.
- (13) Unesco: World Communications Unesco Press. 2008, p. p. 17- 22.
- (١٤) عبد الرحمن. عواطف: قضايا التبعية الإعلامية والثقافية - عالم الفكر - الكويت - ١٩٨٤ - ص ٤٤.
- (١٥) شيللر. هيرت: المتلاعبون بالعقول - عالم الفكر - الكويت - ١٩٨٦ - ص ١٧٢.
- (16) Mcphall. Thomas: Global Communication. Auyn and Brcon. London. 2002, P. 23.
- (17) Philips. Louise: Mediated Communication and the privatization of public problems. European Journal of Communication June 2000, p.p. 171- 208.
- (18) Barnett. Clive: The Limits of Media democratization in South Agrica: politics, privatization and regulation. Media culture and Society. September, 1999. p. p. 644- 671.
- (19) Mcquail. Denis: Media Performance, Mass Communication and the public Interest. SAGE publication London New Delhi. 2004, p.p. 306- 309.

(٢٠) لجنة الإعلام، جامعة الدول العربية: مبادئ تنظيم البث والاستقبال الفضائي الإذاعي والتلفزيوني في المنطقة العربية ٢٠٠٨م.

الفصل الرابع

الإعلام الديمقراطي السنوي

المسئولية المهنية للإعلاميين

إن ديموقراطية الإعلام ليست مطلقة وخاصة على مستوى التطبيق العملي، إنها مثل أعلى سياسي ومهني، وتؤثر فيه، شأنه شأن سائر المثل العليا، ملائسات وأوضاع سياسة واقتصادية واجتماعية.

ورغم الدور التنويري الذي قامت به الصحافة الغربية مستفيدة من المساحات الواسعة من الحرية التي أتاحتها النظم الليبرالية في دول غرب أوروبا والولايات المتحدة الأمريكية منذ مطلع القرن التاسع عشر وحتى منتصف القرن العشرين، ولكنها أفرزت في ذات الفترة نوعاً من الصحف التي اعتمدت أسلوب الإثارة وغالت في نشر قضايا الجنس والجريمة والفضائح ولجأت إلى التجريح والابتزاز وهي الظاهرة التي اشتهرت في الصحافة الغربية باسم صحافة الإثارة أو الصحافة الصفراء.

إن نشأة صحافة الإثارة يعود تاريخياً إلى ظهور الصحف المعنية باستمالة الجماهير Mass appeal news paper بالولايات المتحدة الأمريكية على يد الصحفي الأمريكي بنجامين داي Benjamin Day عندما أصدر صحيفة New York Sun عام ١٨٣٣، وقد اعتمدت هذه الصحيفة على معادلة لجذب مزيد من القراء تقوم على إبراز موضوعات الجنس والجريمة، وبالتركيز على هذه الجوانب استطاعت أن تجذب عدداً كبيراً من القراء، خصوصاً وأن هذه النوعية

من المواد الصحفية لم تكن مقبولة في الصحف الجادة، ثم استطاع جيمس جوردون بينيت James Gordon Benett أن يحقق نجاحاً أكبر في صحيفة نيويورك هيرالد New York Herald وتمثلت أسباب النجاح المتزايد لبينيت في مهارته في تقديم قصص إخبارية مثيرة حول الجريمة بالإضافة إلى سياسته التحريرية التي تميل إلى تجريح الأشخاص، وقد كان بينيت يعتبر نفسه مصلحاً اجتماعياً لذا تبني سياسة هجومية في صحيفته التي صدرت عام ١٨٣٥م، وقد أحدث ظهور هذه الصحف العديد من التحولات في السوق الصحفية الأمريكية خلال الفترة من عام ١٨٣٣ إلى عام ١٨٦٠، وتمثلت في الاعتماد على التوزيع الجماهيري الواسع والإعلان، وتغليب عنصر الإثارة في المادة الصحفية وذلك من خلال نشر الأخبار المجهلة والشائعات واختراق الحياة الخاصة للأفراد.

وقد بدأ الظهور الواضح لصحافة الإثارة إثر المنافسة الضارية التي دارت بين اثنين من رواد الصحافة الأمريكية وهما بوليتزر Pulitzer وهارست Hearst من أجل الحصول على المزيد من القراء بنشر قصص الجريمة والجنس والعنف بكثافة كبيرة، وقد أصبح هذا المضمون الصحفي فيما بعد يشير إلى ما يسمى بالصحافة الصفراء (وقد تم تسميتها بهذا الاسم إشارة إلى شخصية كارتونية Yellow Journalism الصحفي الأصفر الذي يرتدي زياً أصفر لامعاً ويقوم بالعديد من المغامرات)، وقد وصلت المعركة بين بوليتزر وهارست على ساحة الصحافة الصفراء إلى ذروتها مع الحرب الأسبانية الأمريكية عام ١٨٩٨ ولعبت هذه الصحف دوراً كبيراً في تشكيل الرأي العام الأمريكي إزاءها. ثم تعرضت هذه الصحافة لنوع من الركود بعد الحرب خصوصاً وأن بوليتزر انسحب من معركة المنافسة مع هارست بسبب تدهور حالته الصحية عام ١٩٠٠.

ورغم السقوط الأخلاقي لهذه الصحافة إلا أنها استطاعت أن تخلق جواً من

المنافسة التي أنعشت سوق توزيع الصحف وحركت أسلوب الإخراج الصحفي، وهو التطور الذي استفادت منه الصحافة الشعبية بعد انهيار تيار الصحف الصفراء في معظم دول غرب أوروبا والولايات المتحدة الأمريكية عقب الحرب العالمية الثانية.

ويلاحظ نمو تيار الصحافة الصفراء من جديد في عدد من دول العالم الثاني والثالث، وخاصة بعد اتساع مساحة الحرية الصحفية التي سادت العالم بعد انهيار الاتحاد السوفيتي.

لذلك كان طبيعياً، ومنذ فترة مبكرة من تاريخ الصحافة ظهور محاولات لتحقيق توازن عادل بين الحرية والمسئولية في الصحافة، ثم في بقية وسائل الإعلام الجماهيرية بعد ذلك، وقد ساعد على نجاح بعض هذه المحاولات ذلك التطور الهام الذي حدث في المجتمعات الليبرالية في غرب أوروبا في الفترة التي أعقبت الحرب العالمية الثانية (١٩٣٩ - ١٩٤٥ م) والذي أدى إلى ظهور نظرية سياسية جديدة هي الاشتراكية الديمقراطية، وقد أخذت هذه النظرية من الفلسفة الليبرالية جانبها السياسي المتمثل في الديمقراطية بما تعنيه من حياة نيابية وحرية مدنية وفي مقدمتها حرية الإعلام، ومن ناحية أخرى فقد أخذت النظرية الاشتراكية الديمقراطية من الفلسفة الماركسية جوانبها الاجتماعية وخاصة فكرة تذويب أو تقريب الفوارق بين الطبقات.

وكان لنجاح عدد من الأحزاب الاشتراكية الديمقراطية في الوصول إلى الحكم أو المشاركة فيه في كثير من دول غرب أوروبا الليبرالية أن ظهر مفهوم جديد للإعلام في هذه البلدان جمع بين الالتزام بالحرية من ناحية والمسئولية الاجتماعية من ناحية ثانية، أي أن هذا المفهوم استعار من الليبرالية عنصر الحرية، بينما استعار من الاشتراكية عنصر المسئولية. وقد تجسد هذا التطور في ظهور نظرية إعلامية جديدة سميت بنظرية المسئولية الاجتماعية Social

Responsibility وهي نظرية ترفض الفردية المطلقة في ليبرالية القرن التاسع عشر، كما ترفض السلطة المطلقة في الماركسية وهي تقوم على أساس وجود التزام ذاتي من جانب وسائل الإعلام بمجموعة من المواثيق الأخلاقية التي تستهدف إقامة توازن بين حرية الإعلامي من ناحية وبين مصالح المجتمع من ناحية ثانية، وبمعنى آخر، لابد من وجود الحرية المسئولة^(١)، ويتحقق ذلك بخضوع وسائل الإعلام لرقابة الرأي العام في المجتمع عن طريق مواثيق الشرف الصحفية والإعلامية.

وقد كان من ثمرات هذا التطور إنشاء ما سمي بمجالس الصحافة والإعلام في كثير من المجتمعات الأوروبية ثم انتقلت إلى أنحاء متفرقة من العالم^(٢).

كذلك تقوم نظرية المسؤولية الاجتماعية على مبدأ يرى أن لوسائل الإعلام وظيفة اجتماعية وهي تقديم البيانات عن الأحداث الجارية بصرف النظر عن نوعية التأثير الذي تحدثه هذه البيانات على الجمهور، فمن ناحية لا يجب حجب البيانات والمعلومات عن الجمهور بحجة حمايتهم من الأفكار المعارضة للسلطة القائمة في المجتمع التي تصدر أو تبث فيه وسيلة الإعلام، ومن ناحية أخرى لا يجب حجب المعلومات بحجة أنها لا تثير انتباه الجمهور أو اهتمامه، إذ لاحق للسلطة في تحديد نوعية المعلومات التي تقدم للجمهور^(٣).

وبفضل هذه النظرية الإعلامية أصبح الحق في المعرفة وحرية سريان المعلومات حقاً من حقوق الإنسان^(٤).

وقد أدى انتشار نظرية المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام إلى خلق شبه إجماع دولي على أهمية وجود قواعد أو مدونة للسلوك المهني للإعلاميين تتوافق بشكل عام مع مبادئ الديمقراطية وحقوق الإنسان وهي موجودة الآن في نحو ثمانين بلداً في كافة مناطق العالم، ورغم أن معظم هذه القواعد قد

صاغها الإعلاميون بأنفسهم، إلا أنها تختلف من بلد إلى آخر وفق ظروفه السياسية ودرجة تطوره الحضاري ومساحة الديمقراطية فيه^(٥).

ولكن معظم قواعد السلوك المهني للإعلاميين تتفق على بعض المبادئ مثل ضمان حرية الصحافة وبقية وسائل الإعلام، وحرية الوصول إلى مصادر المعلومات، مع الالتزام بالدقة وعدم تحريف الأنباء وعرض الحقائق بموضوعية، والامتناع عن التشهير والتجريح الشخصي والالتهام بالباطل والقذف وانتهاك الحياة الخاصة وحقوق الرد والتصويب، وباختصار فإن قواعد السلوك المهني للإعلاميين تهدف إلى تحقيق توازن عادل بين الحرية والمسؤولية^(٦).

ومن المهم الاعتراف بأن التفكير في تدوين قواعد السلوك المهني للإعلاميين قد سبق ظهور نظرية المسؤولية الاجتماعية حيث بدأت إرهاباته للمرة الأولى في بداية العشرينات من القرن الماضي، وقاد هذه المحاولات بعض المنظمات غير الحكومية وبعض المنظمات الدولية وذلك بهدف وضع قواعد سلوك مهني إقليمية أو دولية، ففي عام ١٩٢٦ اعتمد أول مؤتمر لصحافة عموم أمريكا، والذي عقد في واشنطن مدونة "قواعد الأخلاق الصحفية"، وقد أعيد تأكيد هذه القواعد في مؤتمر دول أمريكا للصحافة الذي عقد في يونيو ١٩٥٠م واعتمدت باعتبارها ميثاقاً لرابطة الصحافة بدول أمريكا.

وخلال الفترة التي تمتد من عام ١٩٥٠ إلى عام ١٩٥٢ أعدت اللجنة الفرعية لحرية الإعلام والصحافة لمنظمة الأمم المتحدة، مشروع قواعد دولية للسلوك المهني للعاملين بالإعلام، وقد عرض المشروع على المؤسسات الإعلامية والروابط المهنية، ورغم ذلك فحين عرض المشروع في عام ١٩٥٤ على الجمعية العامة للأمم المتحدة، عجزت عن اتخاذ قرار بشأنه، ولكن هذا لم يمنع من استمرار الاهتمام بفكرة وضع قواعد السلوك المهني للإعلاميين، حيث نشط عدد من الروابط الدولية للإعلاميين في محاولة إقرار مدونة للسلوك المهني

يمكن قبولها على المستوى الدولي والمحلي^(٧)، مثال ذلك (إعلان المبادئ الأخلاقية) الذي أصدرته رابطة مذيعي الدول الأمريكية LAAB في جمعيتها العمومية التي عقدت عام ١٩٥٥م، وقبلها عالج الاتحاد الدولي للصحفيين مشكلات الأخلاق المهنية للصحفيين، واعتمد في اجتماع في بوردو عام ١٩٥٤م إعلاناً حول واجبات الصحفيين، وفي ميونخ اعتمدت ست نقابات صحفية تابعة للرابطة الأوروبية في اجتماع عقدته في نوفمبر ١٩٧١م، إعلان واجبات وحقوق الصحفيين، وفي نوفمبر ١٩٧٣م اجتمعت المنظمة الدولية للصحفيين باليونيسكو حيث نظرت في اقتراح مشروع يتعلق بقواعد السلوك المهني، وأصدر اتحاد صحفي أمريكا اللاتينية FELAF في عام ١٩٧٥م إعلان مبادئ وافقت عليه ١٢ منظمة، وتحت رعاية الجامعة العربية أعدت قواعد للسلوك المهني للصحفيين العرب في أغسطس ١٩٧٧م.

وقد شكل الإعلان الخاص بوسائل إعلام الجماهير الذي اعتمده المؤتمر العام لليونسكو في عام ١٩٧٨ خطوة هامة على الطريق شجع الكثير من الدول والجماعات المهنية الإعلامية في عدد كبير من البلدان إلى وضع قواعد للسلوك المهني للصحفيين والإعلاميين والكثير منها اتخذ شكل ميثاق الشرف الصحفية والإعلامية^(٧). ورغم عدم وجود صياغة واحدة يمكن تعميمها لقواعد السلوك المهني للإعلاميين أو ميثاق الشرف الإعلامية، إلا أنه يمكن ملاحظة وجود قواسم مشتركة يمكن إجمالها في النظر إلى حرية الإعلام باعتبارها من الحقوق الأساسية للإنسان والحرص على صدق الأنباء ودقتها وعدم تحريف الحقائق^(٨)، ونبذ الاستفادة الشخصية أو تحقيق المصالح الخاصة على حساب الصالح العام، وإدانة التشهير والقذف والافتراء بالباطل وانتحال آراء الغير^(٩)، وضرورة تصويب الأنباء الزائفة أو الضارة، وحق الرد والأمانة والإنصاف تجاه الجمهور واحترام الحياة الخاصة وأسرار المهنة^(١٠).

[٢]

قواعد السلوك المهني للصحفيين

التجربة المصرية

ارتبط التفكير بإيجاد قواعد للسلوك المهني للصحفيين في مصر باتساع مساحة الحرية الصحفية منذ عام ١٩٢٤ وهو بداية ما يمكن أن يسمى بالمرحلة الليبرالية أو شبه الليبرالية في تاريخ مصر الحديث والتي استمرت حتى قيام ثورة ٢٣ يوليو ١٩٥٢م، حيث رافق هذه الحرية ظهور العديد من الصحف التي تبنت أسلوب الإثارة القائم على التجريح ونشر الفضائح وما سمي وقتها بصحافة دفتر الشيكات، وقد استمرت بعض ملامح صحافة الإثارة في أعقاب الثورة لفترة غير قصيرة، وقد كانت هذه الممارسات من بين المبررات التي اعتمد عليها قادة النظام الجديد وهم يصدرون قرار تنظيم الصحافة في عام ١٩٦٠ والذي بموجبه انتقلت ملكية معظم المؤسسات الصحفية المصرية إلى ملكية الدولة وإشرافها سواء تحت مسمى الاتحاد القومي أو الاتحاد الاشتراكي، ثم عادت ظاهرة صحافة الإثارة تظهر في مصر من جديد مع بداية عام ١٩٨٧م، حيث كانت الصحف القومية تعاني من قصور مواردها المالية وبدأ البحث عن موارد جديدة لهذه الصحف، وكانت قد تعاقدت على شراء مطابع جديدة تفرض أقساطاً شهرية لم تستطع تدبيرها، وعقد اجتماع ضم رئيس الوزراء ورئيس المجلس الأعلى للصحافة والوزراء المعنيين ببناء على رغبة رؤساء مجالس إدارات الصحف القومية وبحضورهم للبحث عن موارد مالية جديدة لمواجهة

العجز في تلك الصحف، في ذات الوقت كانت صحيفة الشرق الأوسط التي تصدر في لندن قد تقدمت بطلب لطبعها في إحدى مطابع المؤسسات الصحفية القومية ووافق على طبعها.

وقد استخدم الصحفيون المصريون موافقة الحكومة على طبع الصحف الخارجية في مطابع الصحف القومية، في إصدار الصحف، وحصلوا على تراخيص من قبرص وإنجلترا والولايات المتحدة الأمريكية، وغيرها من الدول، وقاموا بالطبع في الخارج وتصدير المطبوع إلى مصر، ولما صدر قانون المناطق الحرة، قاموا بالطبع في هذه المناطق تخفيفاً للنفقات، وقد بلغ عدد هذه الصحف في وقت من الأوقات ٧٤ صحيفة تصدر باللغة العربية و ١٥ صحيفة تصدر باللغات الأجنبية، وقد اعتبر ذلك نوعاً من التحايل على قانون الصحافة الذي يمنع امتلاك الأفراد للصحف ويقصر هذا الحق على الأحزاب وبعض الشخصيات الاعتبارية والجمعيات والهيئات، وقد شجع طبع هذه الصحف في مصر، العديد من الصحفيين والمواطنين المصريين لإصدار صحف بذات الطرق.

وقد لوحظ أن بعض الأحزاب استغلت حقها الذي يكفله لها القانون في إصدار الصحف، فقامت بتأجير عدد من رخص هذه الصحف والتي استغلت في الإثارة والتجريح وتسوية الحسابات مع الغير، وأكثر هذه الصحف لا سيطرة للحزب عليها، ولا يتحمل أية مسئولية قانونية عن تجاوزاتها.

كذلك تبين أن السماح بتداول الصحف التي تحصل على رخص خارجية بالإصدار في السوق المصرية، والسماح لبعضها بالطبع في مصر، شجع عدداً من المطابع التي توجد في الأقاليم بعيداً عن أعين الجهات الرسمية بالحصول على عدد من الرخص الصحفية الصادرة في الخارج، وقاموا بتأجيرها لعدد من المواطنين الراغبين في إصدار صحف، ثم تطور الأمر إلى قيام بعض هذه

المطابع بتزوير رخص صحفية من الخارج لا أصل لها في الحقيقة، وقاموا بالاتجار فيها مع تسهيل طبعها في مطابعهم الخاصة وتزوير موافقة إدارة المطبوعات والجمارك لتسهيل توزيعها داخل البلاد.

وفي الوقت الذي تقع فيه تجاوزات من هذه الصحف في الإثارة والتجريح والابتزاز والمتاجرة بسمعة بعض المواطنين وأعراضهم لا توجد أية محاسبة على هذه التجاوزات من أي نوع، فنقابة الصحفيين لا تقوم بواجبها في محاسبة من يخرج على التقاليد الصحفية وميثاق الشرف الصحفي من الصحفيين أعضاء النقابة الذين يعملون في هذه الصحف، كذلك فإن كثيراً من المواطنين يحجمون عن اللجوء إلى القضاء، خوفاً من تزايد الحملات الصحفية ضدهم من قبل هذه الصحف، فضلاً عن بطأ التقاضي، وضآلة الغرامات التي يمكن أن تعاقب بها الصحف المتجاوزة، كذلك فإن أكثر العاملين في هذه الصحف من غير النقابيين مما يصعب من محاسبتهم نقابياً.

وقد تزايد انتشار صحف الإثارة وتنامت قوتها بفضل تصاعد دور القطاع الخاص في الحياة الاقتصادية، وظهور فئة جديدة من رجال المال والأعمال الذين استخدموا هذه الصحف في مواجهة منافسيهم أو كوسائل ضغط على المسؤولين لتمرير مصالحهم الخاصة وتيسير حصولهم على مزايا لا يتيحها لهم القانون.

وكان من الطبيعي أن تشهد مصر منذ فترة مبكرة من القرن العشرين محاولات متعددة لوضع قواعد السلوك المهني للصحفيين، وقد تمثلت بعض هذه المحاولات في مجهودات فردية لبعض كبار الصحفيين المصريين مثل أمين الرافعي ثم الدكتور محمود عزمي، إضافة إلى محاولات جرت من قبل نقابة الصحفيين، وقد توجت هذه المحاولات بإصدار ميثاق الشرف الصحفي في يوليو ١٩٧٥م، وقد ارتبط ظهور هذا الميثاق بإنشاء المجلس الأعلى للصحافة في ١١

مارس ١٩٧٥م، والتي تضمنت اختصاصاته وضع ميثاق الشرف الصحفي، ورغم ذلك فالذي قام فعلاً بوضع هذا الميثاق هو المؤتمر القومي للاتحاد الاشتراكي، وهو التنظيم السياسي الوحيد الذي كان مسموحاً له بالعمل في البلاد حتى ذلك الوقت.

وعندما أعيد تشكيل المجلس الأعلى للصحافة تنفيذاً لقانون سلطة الصحافة رقم ١٤٨ لسنة ١٩٨٠م، تضمن القانون نصاً يجعل من مهام المجلس إقرار ميثاق الشرف الصحفي والقواعد الكفيلة بضمان احترامه وتنفيذه.

وعندما أعيد تشكيل المجلس الأعلى للصحافة عام ١٩٩٨م وفق القانون ٩٦ لسنة ١٩٦٦م الخاص بتنظيم الصحافة، تضمنت الفقرة العاشرة من المادة رقم ٧٠ من القانون نصاً يجعل من اختصاصات المجلس إصدار ميثاق الشرف الصحفي الذي تعدّه نقابة الصحفيين، وقد وافق المجلس الأعلى للصحافة في ٢٦ مارس عام ١٩٩٨م على إصدار ميثاق الشرف الصحفي الذي أعدته نقابة الصحفيين، وأرسى القانون قاعدة هامة وهي أن ميثاق الشرف الصحفي يصاغ بشكل اختياري من قبل الصحفيين أعضاء النقابة وموافقتهم عليه من خلال جمعيتهم العمومية.

وقد ألزم الميثاق الصحفيين بعدد من الواجبات المهنية ومن أهمها:

- الالتزام فيما ينشره بمقتضيات الشرف والأمانة والصدق، بما يحفظ للمجتمع مثله وقيمه، وبما لا ينتهك حقاً من حقوق المواطنين، أو يمس إحدى حرياتهم، وبعدم الانحياز في كتاباته إلى الدعوات العنصرية أو المتعصبة أو المنطوية على امتهان الأديان أو الدعوة إلى كراهيتها، أو الطعن في إيمان الآخرين، أو تلك الداعية إلى التمييز أو الاحتقار لأي من طوائف المجتمع، وبعد نشر الوقائع مشوهة أو مبتورة، وعدم تصويرها أو اختلاقتها على نحو غير أمين.

• والالتزام بتحري الدقة في توثيق المعلومات، ونسبة الأقوال والأفعال إلى مصادر معلومة كلما كان ذلك متاحاً أو ممكناً طبقاً للأصول المهنية السليمة التي تراعي حسن النية، وبعدم استخدام وسائل النشر الصحفي في اتهام المواطنين بغير سند، أو في استغلال حياتهم الخاصة للتشهير بهم أو تشويه سمعتهم أو لتحقيق منافع شخصية من أي نوع، وأن كل خطأ في نشر المعلومات يلتزم ناشره بتصحيحه فور اطلاعه على الحقيقة وحق الرد والتصحيح مكفول لكل من يتناولهم الصحفي، على ألا يتجاوز ذلك الرد أو التصحيح حدود الموضوع، وألا ينطوي على جريمة يعاقب عليها القانون، أو مخالفة للآداب العامة، مع الاعتراف بحق الصحفي في التعقيب.

• ولا يجوز للصحفي العمل في جلب الإعلانات أو تحريرها ولا يجوز له الحصول على أي مكافأة أو ميزة مباشرة أو غير مباشرة عن مراجعة أو تحرير أو نشر الإعلانات، وليس له أن يوقع باسمه مادة إعلانية، ولا يجوز نشر أي إعلان تتعارض مادته مع قيم المجتمع ومبادئه وآدابه العامة، أو مع رسالة الصحافة، ويلتزم المسئولون عن النشر بالفصل الواضح بين المواد التحريرية والإعلانية، وعدم تجاوز النسبة المتعارف عليها دولياً للمساحة الإعلانية في الصحيفة على حساب المادة التحريرية، ويحظر على الصحفي استغلال مهنته في الحصول على هبات أو إعانات أو مزايا خاصة من جهات أجنبية أو محلية بطريقة مباشرة أو غير مباشرة.

• ويمتنع الصحفي عن تناول ما تتولاه سلطات التحقيق أو المحاكمة في دعاوى الجنائية أو المدنية، بطريقة تستهدف التأثير على صالح التحقيق أو سير المحاكمة، ويلتزم الصحفي بعدم إبراز أخبار الجريمة وعدم نشر أسماء وصور المتهمين أو المحكوم عليهم في جرم الأحداث.

• والصحفيون مسئولون مسئولية فردية وجماعية رؤساء كانوا أم مرؤوسين عن الحفاظ على كرامة المهنة وأسرارها ومصادقيتها، وهم ملتزمون بعدم التستر على الذين يسيئون إلى المهنة أو الذين يخضعون أقلامهم للمنفعة الشخصية، ويمتنع الصحفيون في علاقاتهم المهنية عن كافة أشكال التجريح الشخصي، والإساءة المادية أو المعنوية، بما في ذلك استغلال السلطة أو النفوذ في إهدار الحقوق الثابتة لزملائهم، أو في مخالفة الضمير المهني^(١١).

ومن الاختصاصات الهامة التي منحها القانون رقم ٩٦ لسنة ١٩٩٦م بشأن تنظيم الصحافة في مصر للمجلس الأعلى للصحافة ما جاء في الفقرة الحادية عشرة من المادة ٧٠ وهي:

"متابعة وتقييم ما تنشره الصحف وإصدار تقارير دورية عن مدى التزامها بأداب المهنة وميثاق الشرف الصحفي، وتلتزم الصحف بنشر تلك التقارير"^(١٢).

وكان المجلس السابق يقوم بتنفيذاً لاختصاصه "بإقرار ميثاق الشرف ووضع القواعد الكفيلة بضمان احترامه وتنفيذه بإصدار تقارير دورية للممارسة الصحفية، إلا أنها لم تكن تنشر على الرأي العام مما أضعف من تأثيرها، لذلك جاء النص الواضح في القانون رقم ٩٦ لسنة ١٩٩٦م بضرورة نشر التقارير ليعطي لهذه التقارير الدورية تأثيراً فعالاً في تطوير الممارسة الصحفية.

وقد وافق المجلس في ٢٦ مارس ١٩٩٨ على إنشاء لجنة من عدد من أعضائه للإشراف على إصدار التقارير، وقامت اللجنة مستعينة بعدد كبير من الباحثين وأساتذة الصحافة بإعداد التقارير الشهرية عن الممارسة الصحفية بدءاً من أول مارس ١٩٩٨م، وقامت اللجنة المشكلة لإعداد وتقارير الممارسة الصحفية باقتراح عدد من المعايير التي جرى في ضوئها تقييم الممارسة الصحفية، وتم صياغة هذه المعايير وفق المبادئ التي يقوم عليها قانون تنظيم

الصحافة وميثاق الشرف الصحفي، وعرض على المجلس فوافق عليها وهي تتضمن نوعين من المعايير:

أولاً: معايير تحليل المادة الصحفية:

١- نشر أخبار مجملة، عن طريق نشر أخبار سلبية تعني بأفراد يتم الإشارة إليهم بأوصاف عامة دون تحديد الاسم وعلى نحو يسهل تقييمه على أكثر من وجه.

٢- عدم مراعاة الدقة، ينشر معلومات ووقائع مبالغ فيها، أو نشر عنوان لمادة تحريرية دون أية علاقة له بها أو تكرار نشر مادة تحريرية في نفس العدد أو في عدد تال من نفس الصحيفة.

٣- عدم احترام الحياة الخاصة للمواطنين أو تناول مسلك الشخصيات العامة فيما لا يخص عملهم.

٤- عدم احترام الأديان سوءاً بامتهانها أو بإثارة النعرات الطائفية.

٥- الترويج للدجل والخرافة.

٦- عدم الالتزام بحق الرد والتصحيح.

٧- عدم مراعاة الآداب العامة والذوق العام وذلك من خلال نشر ما يخدش الحياء أو نشر ألفاظ وتعبيرات وصور غير لائقة.

٨- عدم مراعاة أدبيات نشر أخبار الجريمة وذلك من خلال:

أ- نشر صور الأحداث وأسماءهم وكذلك المهتمين في جرائم شاذة والتركيز عليها وإبرازها كظاهرة عامة في المجتمع.

ب- المغالاة في نشر تفاصيل الجرائم.

ج- التمييز مع أو ضد المتهمين.

د- التعليق على قضايا منظورة أمام القضاء.

ثانياً: معايير تحليل المادة الإعلانية:

١- عدم تمييز المادة الإعلانية عن المادة التحريرية.

٢- الإعلان عن السجائر والتبغ بدون الإشارة إلى ضررها أو إلى نسب المحتويات من النيكوتين والإعلان عن الكحوليات.

٣- استخدام المرأة والطفل في الإعلان بصورة تسيء إليهما.

وقامت اللجنة، بتشكيل سبع مجموعات من الخبراء والباحثين المتخصصين من أعضاء هيئة التدريس بالجامعات المصرية لتحليل هذه الصحف: القومية والحزبية والخاصة والصحف الصادرة بترخيص أجنبية والصحف العامة والصحف المحلية والصحف الصادرة بلغات أجنبية، وتقوم اللجنة بمناقشة التقارير في اجتماعات منتظمة، ثم تعرض على المجلس للنظر في الموافقة عليها.

يقوم المجلس الأعلى للصحافة بإرسال تقارير الممارسة الصحفية إلى نقابة الصحفيين متضمنة التجاوزات التي تقع من بعض الصحفيين أعضاء النقابة والتي تمثل خروجاً على أحكام قانون نقابة الصحفيين وقانون تنظيم الصحافة وميثاق الشرف الصحفي وآداب المهنة وأخلاقياتها، بهدف أن تقوم النقابة بأعمال قانون النقابة بمساءلة الصحفيين الذين نسب إليهم ما يقع من تجاوزات، وذلك إعمالاً بأحكام المادة (٣٤) من قانون تنظيم الصحافة التي تنص على اختصاص النقابة وحدها بمحاسبة الصحفيين من أعضائها.

يلاحظ عدم استجابة نقابة الصحفيين للمطالبات المتكررة التي وجهها المجلس الأعلى للصحافة إلى نقابة الصحفيين لإعمال قانون النقابة بمساءلة الصحفيين الذين نسب إليهم ما يقع من تجاوزات لميثاق الشرف الصحفي وآداب المهنة وأخلاقياتها، إن قيام نقابة الصحفيين بتفعيل دورها في مواجهة التجاوزات التي

تقع من بعض الصحفيين أعضاء النقابة، وقيام النقابة بمحاسبة المتجاوزين من أعضائها لأداب المهنة وأخلاقياتها وميثاق الشرف الصحفي، من شأنه أن يرشد الممارسة الصحفية، وأن يحول دون لجوء المتضررين من هذه التجاوزات إلى القضاء ليقترض لهم من المتجاوزين في ظل قصور النقابة عن أداء دورها في محاسبتهم عن هذه التجاوزات.

ومن الإنصاف أن نحاول تفهم موقف النقابة في هذه القضية، فالمهمة الأولى للنقابة، كما ينص القانون رقم ٧٦ لسنة ١٩٧٠ الخاص بنقابة الصحفيين، هو العمل على الارتفاع بمستوى المهنة، والمحافظة على كرامتها والذود عن حقوقها والدفاع عن مصالحها، وكذلك ضمان حرية الصحفيين في أداء رسالتهم وكفالة حقوقهم، والعمل على صيانة هذه الحقوق في حالات الفصل والمرض والتعطل والعجز، بالإضافة إلى العمل على مراعاة الالتزام بتقاليد المهنة وآدابها ومبادئها، وقد غلب على أداء النقابة معظم فترات وجودها منذ إنشائها في عام ١٩٤١ وحتى اليوم هو الدفاع عن الصحفيين في مواجهة السلطة سواء في العصر الملكي أو في العصر الجمهوري، وطوال هذه الفترة، انشغلت النقابة عن توفير الرعاية الاقتصادية والاجتماعية والصحية اللازمة لأعضائها وعن الاهتمام بإرساء تقاليد المهنة وآدابها، بمواجهة المحاولات المتكررة من السلطة لتقييد الصحافة والنيل من استقلال النقابة بدءاً من محاولات القصر في عام ١٩٥١م وحتى إسقاط القانون ٩٣ لسنة ١٩٩٥م.

وتجد النقابة صعوبة حقيقية - لابد من تفهمها - في تطبيق ميثاق الشرف الصحفي ومحاسبة المتجاوزين من أعضائها ليس بسبب الاعتبارات الانتخابية، كما يردد البعض أو بسبب ولاء أعضاء مجلس النقابة لفصائل سياسية متنافرة أو متعارضة تحو دون الاتفاق على سياسة موحدة تجاه هذه التجاوزات، كما يردد آخرون، ولكن الحقيقة أن النقابة تجد حرجاً شديداً في معاقبة المتجاوزين

من أعضائها في الوقت الذي يوجد فيه ستاً وأربعين جريمة يمكن أن يحال الصحفي بمقتضاها إلى المحاكمة أمام محاكم الجنج أو الجنائيات أو محاكم أمن الدولة أو المحاكم العسكرية^(١٣).

وفي الكثير من هذه الجرائم تنص العقوبة على أحكام سالبة للحرية. وخاصة في قضايا السب والقذف^(١٤)، إن إلغاء هذه القوانين أو تعديلها بما يستبعد العقوبات السالبة للحرية اكتفاءً بتعويض المتضرر من النشر، كما هو سائد في كافة الدول الديمقراطية. يفتح الطريق أمام النقابة لكي تفعل دورها في تطبيق ميثاق الشرف الصحفي، ويمكنها من تطبيق اختصاص أصيل لها ينص عليه قانون النقابة وهو "تسوية المنازعات ذات الصلة بالمهنة التي تنشأ بين أعضاء النقابة أو بينهم وبين الهيئات والمؤسسات والدور الصحفية التي يعملون بها"، وكذلك "العمل على مراعاة الالتزام بتقاليد المهنة وآدابها ومبادئها".

وفي الحالات التي تفشل فيها النقابة في التوفيق بين الصحيفة والمتضرر من النشر، من حقه أن يلجأ للقضاء، وفي ظل عدم وجود قوانين سالبة للحرية في قضايا النشر والصحافة فإن أية أحكام تصدر في القضايا ومهما بلغت قيمة التعويض الذي قرره الصحيفة ستكون رادعاً للمتجاوزين، وفي ذات الوقت سوف تنال القبول والاحترام من قبل الرأي العام الوطني والعالمي وسوف تحرم بعض القوى الخارجية من سلاح قوي تشهر به ببلدنا سواء بالحق أو الباطل، كذلك ستحرم بعض المغامرين أو مدعي البطولة من شرف السجن لعدة أشهر في قضايا صحفية سعياً إلى شهرة ومكانة صحفية لا يستحقونها.

مجالس الصحافة والإعلام

عندما أصبحت المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام جزءاً أصيلاً من ديموقراطية الإعلام، فقد ظهرت الحاجة إلى وجود قواعد للسلوك المهني والأخلاقي للإعلاميين^(١٥)، وعندما وجدت هذه القواعد أو مواثيق الشرف الإعلامية ظهرت الحاجة إلى آليات ومؤسسات تقوم على تطبيق هذه المواثيق ومن هنا ظهرت مجالس الصحافة والإعلام^(١٦)، وحين أقيمت هذه المجالس كان هدفها أن تشكل ما يشبه محكمة شرف للتأديب الذاتي للإعلاميين، كذلك قامت هذه المجالس على فكرة الرقابة الذاتية وذلك على أساس مبدأ ديموقراطي مؤداه أن قواعد السلوك التي ترسبها الغالبية داخل المهنة الإعلامية لا بد وأن يحترمها جميع أعضائها^(١٧)، ولقد أنشئ أول مجلس للصحافة في السويد في عام ١٩١٦م، وقد ظل هذا المجلس حالة فريدة حتى نهاية الحرب العالمية الثانية، حين بدأت تنتشر هذه المجالس ولكنها لم تتحول إلى ظاهرة على المستوى الدولي إلا في ستينيات وسبعينات القرن العشرين.

وقد تم إنشاء مجالس الصحافة والإعلام بطرق مختلفة، حيث جاءت المبادرة بإنشاء عدد كبير من المجالس من جانب الإعلاميين أنفسهم، وفي حالات أخرى جاء إنشاؤها من قبل الحكومات أو المجالس التشريعية، ويوجد الآن عدد كبير من مجالس الصحافة والإعلام، وهي تنقسم إلى ثلاثة أنواع:

الأول: مجالس تنشئها الحكومات وتضم ممثلين للحكومة ويرأسها الوزير المعنى.

الثاني: مجالس ذات تمثيل مشترك من ملاك وسائل الإعلام والإعلاميين، وإلى هذا النوع تنتمي مجالس الصحافة والإعلام في كل من اليابان (١٩٤٧م) وألمانيا (١٩٥٦م) وجنوب أفريقيا (١٩٩٢م) والنمسا (١٩٦٣م) والدانمارك (١٩٦٤م) وإيطاليا (١٩٦٥م) وتايوان (١٩٧٤م) وسويسرا (١٩٧٧م).

الثالث: مجالس ذات تمثيل مشترك يضم ملاك وسائل الإعلام والإعلاميون والجمهور، وينتمي إلى هذا النوع، مجالس الصحافة والإعلام في كل من إنجلترا (١٩٤٦م) وهولندا (١٩٦٠م) وفنلندا (١٩٦٨م) والسويد (١٩٦٩م) وكندا (١٩٧١م) ونيوزلندا (١٩٧٢م) والولايات المتحدة الأمريكية (١٩٧١م) والبرتغال (١٩٧٥م) وأستراليا (١٩٦٧م) ومصر (١٩٧٥م).

وما زال الخلاف قائماً في عدد كبير من البلدان حول دور وأهمية مجالس الصحافة أو المجالس الإعلامية الأخرى التي تنشئها وسائل الإعلام مثل مجالس الإذاعة أو مجالس التلفزيون أو مجالس الإعلام المسموع والمرئي وغير ذلك، فالبعض يعتقد بأن هذه المجالس أجهزة للسيطرة الحكومية، والبعض الآخر يرى أن هذه تتعرض لخطر سيطرة أقطاب الصحافة ووسائل الإعلام عندما يقبلون الانضمام إليها ويحولونها إلى مجرد أداة للدفاع عن مصالحهم وليس عن المهنة والبعض الآخر يرى أن هذه المجالس نظراً لتشكيلها ومواردها المحدودة لا تستطيع أن تؤثر في الحكومات، كما أنها غالباً تعجز عن إلزام المؤسسات الصحفية أو الإعلامية الكبرى بما تتخذه من قرارات أو توصيات.

ورغم ذلك كله فإن الاتجاه الغالب في معظم دول العالم أن إنشاء مجالس الصحافة ووسائل الإعلام جعل فكرة المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام موجودة وتكسب أنصاراً جدد كل فترة وأن الكثيرين من يأملون في أن الآثار

التراكمية لممارسات هذه المجالس، ستزيد من قناعة أبناء المهن الصحفية والإعلامية بأهمية هذه المجالس وضرورتها للدفاع عن أخلاقيات المهنة الإعلامية ورسالتها^(١٨).

ويقدم لنا المجلس الأعلى للصحافة في مصر نموذجاً للكيفية التي تم بها إنشاء مجلس للصحافة في دولة عربية ومن الدول النامية، وكيفية تطورها، وكيف ارتبط هذا التطور بتطور النظام السياسي والاقتصادي والاجتماعي في مصر.

إن تجربة المجلس الأعلى للصحافة في مصر، مثلها مثل أي تجربة اجتماعية حية، نشأت وتطورت انعكاساً للواقع السياسي والاجتماعي والاقتصادي في مصر، منذ إنشاء أول مجلس للصحافة منذ أكثر من ثلث قرن وحتى صدور التشكيل الأخير للمجلس.

وقد مرت تجربة المجلس بثلاثة مراحل عكست كل مرحلة منها طبيعة الأوضاع السياسية والاجتماعية والاقتصادية في مصر.

أولاً: المرحلة الأولى (١٩٧٥-١٩٨٢م):

بدأت هذه المرحلة في ١١ مارس ١٩٧٥م بصور قرار جمهوري بإنشاء المجلس الأعلى للصحافة، وقد تم ذلك بعد انتصار مصر في حرب أكتوبر ١٩٧٣م بنحو عامين تقريباً، وكان من الطبيعي أن يعقب الانتصار انفتاح سياسي نحو الديمقراطية، وذلك بعد أن ساد الفترة التي سبقت الحرب شعار "لا صوت يعلو على صوت المعركة".

ومن الملاحظات الملفتة أنه بعد أربعة أشهر فقط من حرب أكتوبر ١٩٧٣م، رفعت الرقابة على برقيات الصحفيين الأجانب، وتم أيضاً إلغاء الرقابة على جميع الصحف الأجنبية في ١٨ مارس ١٩٧٤م، كما شهدت نفس الفترة عودة العديد من الكتاب والصحفيين الذين أبعادوا عن الكتابة في فترة سابقة، وحدثت

انفراجة في حرية الرأي والتعبير وعادت أبواب "بريد القراء" لتظهر من جديد في الصحف المصرية، وتوج هذا التطور بصدر القرار الجمهوري بتشكيل المجلس الأعلى للصحافة في ١١ مارس ١٩٧٥م.

ويمكن أن نستخلص أهم ملامح تجربة هذا المجلس في النقاط التالية:

١- ضم المجلس في عضويته وكيل مجلس الشعب ونقيب الصحفيين وأحد مستشاري محكمة الاستئناف، وثلاثة من رؤساء المؤسسات الصحفية ورؤساء التحرير وثلاثة من المشتغلين بالمسائل العامة وعميد كلية الإعلام واثنين من أعضاء نقابة الصحفيين وثلاثة من الصحفيين ممن تقل مدد اشتغالهم بالمهنة عن ١٥ عاماً يرشحهم مجلس النقابة ورئيس النقابة العامة للطباعة والنشر.

وقد ظهر الطابع الرسمي واضحاً على تشكيل المجلس، فقد أصدر قرار تشكيله الرئيس أنور السادات بوصفه رئيساً للاتحاد الاشتراكي العربي، وهو التنظيم السياسي الوحيد في البلاد في ذلك الوقت، ورأس المجلس الأمين العام الأول للاتحاد الاشتراكي، كما ضم المجلس في عضويته وزير الإعلام وأمين الدعوة والفكر بالاتحاد الاشتراكي.

٢- شملت اختصاصات المجلس العديد من الجوانب التي تتفق إلى حد كبير مع اختصاصات مجالس الصحافة في النظم الديمقراطية، ومنها ضمان حقوق الصحفيين في التعبير عن قضايا المجتمع، وأن للمجلس الحق في النظر فيما ينسب إلى المؤسسات الصحفية من مخالفات لميثاق الشرف الصحفي، وفي هذه الحالة يطلب من نقابة الصحفيين النظر في أمر الصحفي المخالف واتخاذ الإجراءات القانونية المناسبة، كما أن للمجلس النظر في الأمور المتعلقة بضمان الحقوق المقررة للصحفيين مع عدم الإخلال بالنصوص الواردة في قانون نقابة الصحفيين بشأن التأديب وحل

المنازعات، وكان هذا اعترافاً من المجلس بأن للنقابة وحدها الحق
الأصيل في تأديب أعضائها.

ولكن الأمر اختلف بصدر القانون رقم ٢٣ لسنة ١٩٧٨ بشأن حماية الجبهة
الداخلية والسلام الاجتماعي الذي أعطى في مادته التاسعة للمجلس الأعلى
للصحافة الحق في اتخاذ الإجراءات التأديبية ضد الصحفيين.

٣- تضمنت اختصاصات المجلس بعض الجوانب التي لا تدخل عادة في
اختصاصات مجالس الصحافة باعتبارها تنظيمًا ذاتيًا للمهنة، مثل وضع
ميثاق الشرف الصحفي ورغم ذلك فالذي قام فعلاً بوضع هذا الميثاق في
يوليو ١٩٧٥م هو المؤتمر القومي للاتحاد الاشتراكي.

ومن هذه الاختصاصات أيضاً وضع اللوائح المنظمة للعمل داخل المؤسسات
الصحفية، كوضع لائحة لأجور الصحفيين، وقد أصدر المجلس بالفعل هذه
اللائحة في ٢٥ أبريل ١٩٧٦م واعترض عليها الصحفيون وطالبت النقابة بإعادة
بحثها.

ومن هذه الاختصاصات أيضاً إصدار تراخيص الصحف، والترخيص بالعمل
في الصحافة.

٤- لقد نشأ المجلس الأعلى للصحافة مع بداية التحول في مصر من النظام
الشمولي إلى النظام الديمقراطي، وكأي مرحلة تحول، فقد اختلطت فيها
بعض سمات المجتمع الشمولي مع بعض سمات المجتمع الديمقراطي،
لذلك فقد كان من الطبيعي أن تحمل التجربة الأولى للمجلس (١٩٧٥-
١٩٨٢م) من سمات الشمولية أكثر مما تحمل من سمات الديمقراطية.

ثانياً: المرحلة الثانية (١٩٨٢-١٩٩٨م):

تبدأ هذه المرحلة بصدر قرار جمهوري بإعادة تشكيل المجلس الأعلى

للصحافة في ١٩٨٢م، وقد عكست نصوصه الكثير من ملامح التطور السياسي والاجتماعي والاقتصادي في مصر في الفترة التي سبقت صدوره، حيث كان قد تم إلغاء التنظيم السياسي الوحيد بالبلاد (الاتحاد الاشتراكي) والسماح بوجود ما سمي بالمنابر التي سرعان ما سمح لها بأن تتحول إلى أحزاب سياسية، وقد رافق ذلك انفتاح سياسي واقتصادي وارتبط بهما انفتاح إعلامي مواز، وحدثت تغييرات جذرية في كثير من المفاهيم الإعلامية وتطبيقاتها، حيث تمتعت الصحافة المصرية بمزيد من الحرية، أخذت تتزايد بالتدريج، فقد أدى ظهور الأحزاب السياسية إلى السماح للأحزاب بإصدار الصحف التي تعبر عنها، ووجد في مصر لأول مرة منذ أحداث مارس ١٩٥٤م، (حيث ألغيت بعد هذه الأحداث كافة الصحف الحزبية في مصر) وبشكل شرعي صحف حزبية معارضة تجسد الرأي الآخر.

وصدر قانون جديد للصحافة وهو القانون رقم ١٤٨ لسنة ١٩٨٠ بشأن سلطة الصحافة، الذي قنن شرعية الصحافة الحزبية ونقل ملكية الصحف القومية من الاتحاد الاشتراكي الذي تم إلغاؤه إلى مجلس الشورى، الذي تم إنشاؤه في ١٩٨٠م.

وهذا المجلس هو أطول المجالس عمراً فقد استمر لنحو ستة عشر عاماً، ويمكن أن نستخلص أهم ملامح تجربته في النقاط التالية:

١- تم تشكيل المجلس تنفيذاً لقانون سلطة الصحافة رقم ١٤٨ لسنة ١٩٨٠م، وقد سبق صدور هذا القانون بعض التعديلات الدستورية وأهمها إنشاء مجلس الشورى الذي نقلت إليه ملكية الصحف القومية، وقد خصص قانون سلطة الصحافة الباب الرابع منه لبيان طبيعة المجلس الأعلى للصحافة وتشكيله واختصاصاته، كما خصص له الباب الثاني من اللائحة التنفيذية للقانون، وكان أبرز ما أضافه هذا القانون تحديده لطبيعة المجلس

باعتباره: "هيئة مستقلة قائمة بذاتها تقوم على شئون الصحافة بما يحقق حريتها واستقلالها وقيامها بممارسة سلطاتها في إطار المقومات الأساسية للمجتمع، وبما يكفل الحفاظ على الوحدة الوطنية والسلام الاجتماعي، وبما يؤكد فاعليتها في ضمان حق المواطن في المعرفة والاتصال".

وبذلك فقد قام المجلس على ذات المبدأ الذي تقوم عليه الصحافة في النظم الديمقراطية.

٢- تخلصت عضوية المجلس إلى حد كبير من الطابع الرسمي الذي غلب على تشكيل المجلس الأول، إذ يرأس المجلس رئيس مجلس الشورى، وهو مجلس شبه تشريعي ينتخب ثلثي أعضائه، بعد أن كان يرأسه الأمين الأول للاتحاد الاشتراكي وهو التنظيم السياسي الوحيد الذي كان قائماً وقت إنشاء المجلس الأول.

ويضم المجلس في عضويته رؤساء مجالس إدارات المؤسسات الصحفية القومية، ورؤساء تحرير الصحف القومية (على أن تمثل كل مؤسسة بواحد فقط في حالة تعددهم ويختاره مجلس إدارة المؤسسة)، وضم المجلس لأول مرة رؤساء تحرير الصحف الحزبية (وإذا تعددت صحف الحزب الواحد، يختار الحزب رئيس التحرير الذي يمثله)، ويضم المجلس أيضاً نقيب الصحفيين ورئيس مجلس إدارة وكالة أنباء الشرق الأوسط ورئيس نقابة العاملين بالصحافة والطباعة والنشر ورئيس مجلس إدارة الشركة القومية للتوزيع أو أحد خبراء التوزيع الصحفي، ورئيس اتحاد الكتاب، وعدد من الشخصيات العامة المهمة بشئون الصحافة على ألا يزيد عددهم عن الأعضاء المذكورين في الفقرات السابقة واثنان من المشتغلين بالقانون، ويلاحظ أن المجلس لم يضم في عضويته سوى ممثلين اثنين فقط يشغلان مناصب حكومية وهما رئيس الهيئة العامة للاستعلامات ورئيس مجلس أمناء اتحاد الإذاعة والتلفزيون، وهكذا يلاحظ

اتساع قاعدة تمثيل الصحفيين والشخصيات العامة وتضاول التمثيل الحكومي بالمجلس عما كان عليه في تشكيل المجلس الأول.

٣- تشابهت العديد من اختصاصات هذا المجلس مع المجلس الأول، وخاصة في مجالات إصدار تراخيص الصحف، وإبداء الرأي في مشروعات القوانين التي تنظم شؤون الصحافة، وحماية الصحف وكفالة حقوق الصحفيين وضمان أدائهم لواجباتهم وإقرار ميثاق الشرف الصحفي والقواعد الكفيلة بضمان احترامه وتنفيذه، وضمان حد أدنى مناسب لأجور الصحفيين والعاملين بالمؤسسات الصحفية والتنسيق بين الصحف في المجالات الاقتصادية والإدارية.

ولكن القانون أوجد للمجلس الجديد اختصاصات أخرى مخالفة لما جاء في اختصاصات المجلس السابق، ومنها أنه بعد أن كان ضمن اختصاصات المجلس الأول الترخيص للصحفيين بالعمل في الصحافة، إذ بالمجلس الجديد يقتصر دوره فقط في الأذن للصحفي بالعمل في الصحف الأجنبية داخل مصر أو خارجها.

وقد كان من اختصاص المجلس الأول دعم المؤسسات الصحفية، ولكن تم توسيع هذا الاختصاص في المجلس الثاني ليكون له اتخاذ ما من شأنه دعم الصحافة المصرية وتنميتها وتطويرها، وبذلك شمل الاختصاص المؤسسات الصحفية القومية وغيرها من الصحف الحزبية التي لم تكن قائمة وقت صدور قرار إنشاء المجلس الأول.

٤- اعترف المجلس الأول بالحق الأصيل للنقابة في تأديب أعضائها، ولكن قانون سلطة الصحافة أعطى المجلس الجديد في المادة ٤٥ منه مشاركة النقابة اختصاصها الأصيل في تأديب أعضائها، حيث نصت هذه المادة: "مع عدم الإخلال بحق إقامة الدعوى المدنية والجنائية أو السياسية يكون

للمجلس في حالة مخالفة الصحفي للواجبات المنصوص عليها في هذا القانون أو قانون نقابة الصحفيين أو ميثاق الشرف الصحفي، أن يشكل لجنة للتحقيق تتكون من ثلاثة من أعضائه من بينهم أحد الصحفيين والعضوين القانونيين، وتكون رئاسة اللجنة لأقدم العضوين القانونيين، وفي حالة توافر الدلائل الكافية على ثبوت الواقعة المنسوبة للصحفي، يكون لرئيس لجنة التحقيق تحريك الدعوى التأديبية أمام الهيئة المنصوص عليها في قانون نقابة الصحفيين، ويتولى رئيس لجنة التحقيق توجيه الاتهام أمام الهيئة التأديبية".

٥- في حين كان من اختصاص المجلس الأول "وضع" ميثاق الشرف الصحفي ومتابعة تنفيذه، فإن اختصاص المجلس الثاني أصبح "إقرار" ميثاق الشرف الصحفي، وهو ما تم بالفعل في مارس ١٩٨٣م.

وبالنسبة لاختصاص المجلس بضمان احترام الميثاق وتنفيذه فإن الأمر اقتصر في التجربة العملية على إصدار تقارير دورية عن الممارسة الصحفية بدءاً من عام ١٩٨٥م، ولكن تأثير هذه التقارير كان غير مؤثر بسبب عدم نشرها على الرأي العام.

٦- ركز المجلس في تجربته الثانية على تنفيذ البند الثاني من المادة ٤٤ من قانون سلطة الصحافة والذي أعطى للمجلس: "اتخاذ كل ما من شأنه دعم الصحافة المصرية وتمييزها وتطويرها بما يساير التقدم العلمي الحديث في مجالات الصحافة"، وقام المجلس بالفعل بتنظيم العديد من المؤتمرات والندوات حول قضايا تطوير الصحافة الإقليمية، والممارسة الديموقراطية ودورها في تطوير الصحافة، كما أقام المجلس عدداً من الدورات التدريبية للصحفيين شملت العديد من التخصصات الصحفية، كذلك أنشأ المجلس مركزاً للمعلومات ووفر له قاعدة بيانات كاملة عن أوضاع

الصحافة في مصر والعالم، وأنشأ المجلس صندوقاً لدعم الصحف واستخدم الدعم لرفع الحد الأدنى للأجور وللإنفاق على المراجع ولدعم مكافأة نهاية الخدمة للعاملين بالصحافة، وقام المجلس بإعداد لائحة نموذجية للشئون الإدارية والمالية للمؤسسات الصحفية. وهكذا يمكن القول بأن التجربة الثانية للمجلس الأعلى للصحافة (١٩٨٢ - ١٩٩٨م)، قد حملت من سمات الديمقراطية أكثر مما حملت من سمات الشمولية.

ثانياً: المرحلة الثالثة (١٩٩٨م -):

تبدأ هذه المرحلة بصدر قرار تشكيل المجلس في ١٩٩٨م، وهو مستمر بتشكيله الجديد حتى الآن، وهذه التجربة الأخيرة للمجلس تعكس بوضوح طبيعة المتغيرات المحلية والإقليمية والدولية، وخاصة ثورتي الاتصال والمعلومات ودورها في تزايد مساحة الديمقراطية والحرية الإعلامية والصحفية في دول العالم الثاني والثالث.

وبالنسبة لمصر فقد شهدت في هذه الفترة نمواً ملحوظاً في مساحة الديمقراطية السياسية مما انعكس بدوره على تزايد مساحة الحريات الصحفية، وقد تجسد ذلك في رفض الصحفيين المصريين للقانون رقم ٩٣ لسنة ١٩٩٥م ونجاحهم في إصدار القانون رقم ٩٦ لسنة ١٩٩٦ الذي عبر عن جانب كبير من رغباتهم وإن لم يلبي كل طموحاتهم، وتنفيذاً لهذا القانون صدر القرار الجمهوري بتشكيل المجلس الأعلى للصحافة في ١٩٩٨م.

ويمكن أن نستخلص أهم ملامح تجربة هذا المجلس في النقاط التالية:

- ١- تخلصت عضوية المجلس تماماً من الطابع الرسمي، حيث خلا تشكيله من أي ممثل للأجهزة الحكومية، وإن ضم المجلس رئيس الهيئة العامة للاستعلامات ولكن ليس بصفته الوظيفية، وإنما اختير ضمن الشخصيات العامة المهتمة بشئون الصحافة.

ولم تقتصر عضوية المجلس على نقيب الصحفيين كما كان الشأن في المجلسين السابقين، وإنما أضيف إليه أربعة من نقباء الصحفيين السابقين، وكذلك تم نفس الأمر مع رئيس النقابة العامة للعاملين بالصحافة والطباعة والإعلام والنشر، إذ أضيف معه أربعة من الرؤساء السابقين للنقابة أو من أعضاء النقابة. وضم المجلس الجديد اثنان من أساتذة الصحافة بالجامعات المصرية في حين كان المجلس السابق يخلو من هذا النقص، ومازال ينقص المجلس تمثيل الصحف الخاصة، وهو أمر لابد من تداركه في أسرع وقت.

٢- أصبح للمجلس الجديد اختصاص واضح ومحدد في "النظر في شكاوي الأفراد ضد الصحافة أو الصحفيين فيما يتعلق بالتزام الصحافة بأداب وسلوكياتها أو فيما ينشر ماساً بحقوق الأفراد أو حياتهم الخاصة، في حين كان هذا الاختصاص غير محدد في المجلس السابق، وتم إنشاء لجنة بالمجلس لتلقي شكاوي المواطنين بشأن تصحيح ما ينشر بالصحف.

٣- إعمالاً للفقرة العاشرة من المادة رقم ٧٠ من القانون رقم ٩٦ لسنة ١٩٩٦ بشأن تنظيم الصحافة والتي تنص على أن من اختصاصات المجلس إصدار ميثاق الشرف الصحفي الذي تعدّه نقابة الصحفيين، فقد وافق المجلس بجلسته المنعقدة في ٢٦ مارس ١٩٩٨ على إصدار ميثاق الشرف الصحفي الذي أعدته نقابة الصحفيين، وهكذا أرسى المجلس قاعدة هامة وهي أن ميثاق الشرف الصحفي يصاغ بشكل اختياري من قبل الصحفيين أعضاء النقابة وموافقتهم عليه من خلال جمعيتهم العمومية.

٤- أكد القانون ٩٦ لسنة ١٩٩٦ اختصاص نقابة الصحفيين الأصلي في تأديب أعضائها بحيث يتوقف دور المجلس الأعلى للصحافة عند حد

إخطار نقابة الصحفيين بما يكون قد وقع من أحد الصحفيين أعضاء النقابة، مخالفاً لقواعد وآداب المهنة أو ميثاق الشرف الصحفي، ويكون للنقابة بعد ذلك اتخاذ الإجراءات التي تراها مناسبة ضد هذا الصحفي، وبذلك اتسق دور المجلس مع مجالس الصحافة في النظم الديموقراطية.

٥- من أهم الاختصاصات التي منحها القانون رقم ٩٦ لسنة ١٩٩٦ بشأن تنظيم الصحافة للمجلس الأعلى للصحافة في تشكيله الثالث، ما جاء في الفقرة الحادية عشرة من المادة ٧٠ وهي: "متابعة وتقييم ما تنشره الصحف وإصدار تقارير دورية عن مدى التزامها بآداب المهنة وميثاق الشرف الصحفي، وتلتزم الصحف بنشر تلك التقارير".

وكان المجلس السابق يقوم بتنفيذاً لاختصاصه بإقرار ميثاق الشرف الصحفي ووضع القواعد الكفيلة بضمان احترامه وتنفيذه، بإصدار تقارير دورية للممارسة الصحفية، إلا أنها لم تكن تنشر على الرأي العام مما أضعف من تأثيرها، لذلك جاء النص الواضح في القانون رقم ٩٦ لسنة ١٩٩٦ بضرورة نشر التقارير ليعطي لهذا التقرير الدوري تأثيراً فعالاً في تطوير الممارسة الصحفية.

وقد وافق المجلس في جلسته المنعقدة في ٢٦ مارس ١٩٩٨ على إنشاء لجنة فرعية من عدد من أعضائه للإشراف على إصدار التقرير، وقامت اللجنة مستعينة بعدد كبير من الباحثين وأساتذة الصحافة بإعداد تقارير شهرية عن الممارسة الصحفية، وعرضت على المجلس ووافق عليها بعد مناقشتها وتم نشرها في الصحف، وكما كان متوقعاً، فقد أحدث النشر تأثيراً إيجابياً تمثل في الانخفاض التدريجي في نسبة المخالفات لميثاق الشرف الصحفي وآداب المهنة التي تقع من بعض الصحف.

وهكذا يتضح لنا أن فكرة إنشاء مجالس للصحافة في الدول الديموقراطية، جاءت من قبل الصحفيين أنفسهم، لذلك ظهرت هذه المجالس بعيداً عن الحكومة،

ومارست متابعة أخلاقية ومهنية، وعملت على إيجاد توازن بين مصالح المجتمع ومصالح الصحف والصحفيين، بحيث كان لها الحق في محاسبة الصحف المتجاوزة وفرض تعويضات للمتضررين من هذه التجاوزات ألزمت الصحف بأدائها بشكل طوعي، بحيث أصبحت هذه المجالس بديلاً عن القضاء في كثير من القضايا والنزاعات التي نشأت بين الصحف والمواطنين^(١٩).

أما المجلس الأعلى للصحافة في مصر، فقد نشأ، شأنه في ذلك شأن الكثير من مجالس الصحافة التي أنشئت في الدول السلطوية، وكان الهدف الحقيقي وراء إنشاؤه إيجاد إليه جديدة لتنظيم الصحافة والسيطرة عليها بعد رفض نقابة الصحفيين ضبط حركة النقد الصحفي الموجه ضد السلطة.

ولكن المجلس شهد تغييرات وتعديلات جذرية منذ إنشاؤه في عام ١٩٧٥ وحتى اليوم بحيث نستطيع أن نلمس وبوضوح غلبة السمات الديمقراطية على السمات السلطوية، وأن المجلس في ثوبه الحالي يقترب مما هو قائم من مجالس صحفية في النظم الديمقراطية، ولكي يستكمل المجلس الأعلى للصحافة سماته الديمقراطية، عليه أن يتخلى تماماً عن أية علاقة مباشرة أو غير مباشرة بأي سلطة أخرى خارجة، سواء سلطة تنفيذية أو تشريعية، فقد حدث تطور في مفهوم السلطة في المجتمع الديمقراطي الحديث، ولم تعد قاصرة على السلطات الثلاث التقليدية: التنفيذية والتشريعية والقضائية، وإنما امتد المفهوم ليشمل كافة القوى التي تمارس دوراً مباشراً أو غير مباشر في اتخاذ القرار مثل الأحزاب السياسية والرأي العام ومنظمات المجتمع المدني ووسائل الإعلام ولأن الصحافة أصبحت سلطة، فلم يعد مقبولاً أن تخضع لسيطرة سلطة أخرى سواء كانت تشريعية أو شبه تشريعية مثل مجلس الشورى، ولا بد أن يتم تشكيل المجلس كاملاً من أبناء المهنة الصحفية بالإضافة إلى ممثلين لقوى المجتمع المدني والرأي العام، وأن يتضمن تشكيلة كافة أنواع الصحف في مصر بحيث لا

يقتصر، كما هو الآن على ممثلين للصحف القومية والحزبية وإنما يجب أن يضم ممثلين للصحف الخاصة والصحف المحلية وصحف المجتمع المدني والصحف الصادرة بلغات أجنبية وقد يمتد ليحتضن بعض ممثلي الصحافة الإلكترونية.

وأن يعطي له الحق في محاسبة المتجاوزين من الصحف والصحفيين وفرض التعويضات المناسبة للمتضررين من هذه التجاوزات يدفعها ناشري هذه الصحف بالإضافة إلى إلزام الصحف بنشر التصويبات المناسبة لما سبق لها نشره بدون تدقيق أو تم نشره بشكل يمثل قذفاً أو سيادة أو إهانة أو تحقيراً أو تشهيراً لأي فرد أو مجموعة من المواطنين.

في مقابل ذلك وبالتوازن معه لابد من التفكير جدياً في إعادة النظر في كافة القوانين السالبة للحرية في قضايا النشر والصحافة والإعلام، والاكتفاء بالتعويض المناسب للمتضررين وبالمستوى الذي يمثل ردعاً حقيقياً للمتجاوزين، وهو أمر يتمشى مع الاتجاهات السائدة الآن في التشريعات الصحفية والإعلامية بالدول الديمقراطية.

هوامش الفصل الرابع

- (1) Good. Howard: Journalism Ethics Goes to the Movies. Rowan and Littlefield. U. S. A., 2008. p. p. 214- 218.
- (2) Butsch. Richard: The citizen Audience. Routledge press. New York. 2008. p. p. 123- 127.
- (3) Meier. Wener: Media Policy in Europe. International specialized Book service. 2007- p. p., 73- 78.
- (4) Besley. Hohn: Media Use and Human Val Ues. Journalism and Mass Communication quarterly. Summer 2008., p. p., 311- 330.
- (5) Mark. Chris: Globalization and Nationalism. Cambridge Press. U. K., 2007, p. p. 322- 327.
- (6) Mccullagh. Ciaran: Media Power, A sociological Introduction. Palgrava., 2002. p. p. 76- 78.
- (7) Watson. James: Media Communication. A Introduction to theory and process. Macmillan Press. London. 1999., p. p. 32- 37.
- (8) Patterson. Philip and Wikins. Lee: Media Ethcis, Issues and Cases. Brown publishers M. S. A., 1991- p. p. 92- 96.
- (9) Holmes. David: Communication theory, Media, Technoogy and Society. SAGE publications. London. New Delhi. 2005., P. p. 7- 11.
- (10) Christians. Cifford and Facker. Mark: Media Ethics: Cases and Moral Reasoning. 8th Edition. COMbridge Press. U. K. 2008. p. p., 82- 86.
- (11) Lee. Patrick: Media Ethics Key principles for responsible practice Sage publications. London, 2008. 123- 127.

- وماكلوهان. مارشال: الإعلام والمجتمع - اليونسكو - ص ٥٠٨.
- (١٢) المجلس الأعلى للصحافة: ميثاق الشرف الصحفي - ١٩٩٨.
- (١٣) المجلس الأعلى للصحافة: القانون رقم ٩٦ لسنة ١٩٩٦م.
- (١٤) عبد المجيد. ليلي: التشريعات الإعلامية - ص ١٩٥.
- (١٥) الأسيوطي. حمدي: السب والقذف وحرية الرأي والتعبير - الشبكة العربية لمعلومات حقوق الإنسان - القاهرة - ٢٠٠٧ - ص ٢٢ - ٨٥.
- (16) Day. Louis: Ethics in Media Communications Oxford University Press. London. New York. 2002. P. p., 18- 22.
- (17) Hornaday, Bill: Contemporary Media Ethics. Columbia University Press. New York- 2006, p. p. 220- 228.
- (18) Jacquette. Dale: Journalistic Ethics- Mit Press. U.S.A., 2006, p. p., 132- 137.
- وماكلوهان. مارشال: الإعلام والمجتمع - ص ٥١٦.
- (19) Charles. Mary: Media Ethics and Society: University of Minnesota Press. U. S. A., 2002, p. p., 212- 220.
- (20) Williams. Kevin: Understanding Media Theory., P. P. 90- 93.

الفصل الخامس

الديموقراطية وخصخصة الإعلام

العلاقة بين الملكية والديموقراطية

أن نمط ملكية وسائل الإعلام في أي مجتمع يرتبط بطبيعة النظام السياسي والاقتصادي القائم في هذا المجتمع، ورغم تعدد أنماط ملكية وسائل الإعلام وتنوعها بفعل تعدد النظم السياسية والاقتصادية وتنوعها، إلا إننا يمكن أن نحصر ملكية وسائل الإعلام في نمطين رئيسين: الملكية الفردية لوسائل الإعلام، والملكية العامة لهذه الوسائل^(١)، وقد ارتبطت الملكية الفردية بالنظام الرأسمالي في حين ارتبطت الملكية العامة بالنظام الاشتراكي^(٢).

وبالطبع وجدت استثناءات في بعض المجتمعات، وعبر مراحل تاريخية مختلفة، ولكنها جميعاً لانكسر القاعدة.

وقد عرفت بعض المجتمعات أشكالاً وألواناً مختلفة من النظم السياسية والاقتصادية في مراحل متعددة من تطورها لا يمكن تصنيفها، ففيها بعض من سمات النظم الرأسمالية، وفيها سمات أخرى من النظم الاشتراكية، كما أن هذه السمات تتبدل وتتغير من فترة إلى أخرى وفق ما يحدث من تطورات سياسية واقتصادية، وكذلك فقد تجاوزت أنماط مختلفة لملكية وسائل الإعلام في المجتمع الواحد، بحيث وجدت الملكية العامة لبعض الوسائل جنباً إلى جنب مع الملكية الخاصة^(٣).

ومن المهم أن تعترف بأن ديموقراطية الإعلام ترتبط اليوم كما كانت دائماً

في الماضي بنمط ملكية وسائل الإعلام^(٤)، وقد ظهرت مؤلفات غير قليلة بعد انهيار الاتحاد السوفيتي ومنظومة الدول الاشتراكية في مطلع تسعينات القرن الماضي، تحاول الربط بين الملكية العامة لوسائل الإعلام وافتقاد هذه الوسائل للديموقراطية^(٥) حيث أدى التطبيق العملي لنمط الملكية العامة لوسائل الإعلام في المجتمعات الاشتراكية إلى إخضاع هذه الوسائل للسيطرة الحكومية المباشرة أو لتحكم الأحزاب الحاكمة وحدها، وهو الأمر الذي حرم بقية أفراد المجتمع من حقهم الطبيعي في الإعلام^(٦) وقد كثر في أدبيات هذه الفترة الربط بين الملكية العامة لوسائل الإعلام وغياب الديمقراطية^(٧)، وتكاملت هذه الرؤية في العديد من الأدبيات مع محاولة الربط بين نمط الملكية الفردية لوسائل الإعلام ووجود الديمقراطية^(٨)، وهذا الربط يقوم علي أساس أن حق الفرد في الإعلام حق طبيعي، ولكي يمارس الفرد هذا الحق لابد لوسائل الإعلام أن تتعدد وتتنوع دون أية قيود، إن ديموقراطية الإعلام تتطلب تعدد وسائل الإعلام وتنوع اتجاهاتها مما يتيح للفرد الاطلاع علي كافة الأفكار والاتجاهات وبالتالي يتيح له حق الاختيار بين هذه الأفكار والاتجاهات، واتساقاً مع ذلك فإن لكل فرد أو أية جماعة الحق في أن تصدر أو تبث ما تشاء من وسائل الإعلام ما دامت قادرة علي ذلك ودون حاجة إلي ربط هذا الحق بتصريح أو موافقة السلطة الحاكمة^(٩)، وهو ما بمعني إن ديموقراطية وسائل الإعلام رهن بإطلاق حق الملكية الفردية لهذه الوسائل^(١٠).

ولكن التجارب التاريخية لتطور نمط ملكية وسائل الإعلام تؤكد إن الملكية الفردية لوسائل الإعلان لم تكن في كافة الأحوال شرطاً أو مظهراً لديموقراطية الإعلام، ففي الكثير من الأنظمة السلطوية في العالم سمح بالملكية الفردية لوسائل الإعلام، ولكن ظل قيام هذه الوسائل واستمرارها رهن برغبة السلطة، وفي مقابل سماح السلطة لبعض الأفراد بحقوق تملك وسائل الإعلام فقد أوجدت لها حقوقاً توازن بها هذا الحق، مثل إلزام الأفراد بضرورة الحصول علي

ترخيص حكومي بإصدار وسائل الإعلام، ومثل حق الحكومة في فرض الرقابة علي ما تنشره أو تذيعه، ومثل حق الحكومة في وضع القوانين التي تعاقب وسائل الإعلام في حالة ما إذا خالفت هذه القواعد وقد يصل العقاب التي حد إغلاق الوسيلة الإعلامية أو حبس الإعلاميين المخالفين.

ونستخلص مما سبق أن الملكية الفردية لوسائل الإعلام ليست في كل الأحوال مؤشرا علي تمتع هذه الوسائل بالحرية، وعلينا أن نلاحظ أن ملكية الدولة لوسائل الإعلام ليست في كل الأحوال مؤشرا علي انعدام الحرية في هذه الوسائل، ففي الكثير من الدول الديمقراطية ظلت وسائل الإعلام الإذاعية والتلفزيونية ملك للدولة وحدها، وعندما سمح للقطاع الخاص بحق البث الإذاعي والتلفزيوني لم يترتب علي ذلك إلغاء ملكية الدولة لجانب كبير من الإعلام الإذاعي التلفزيوني، وعلي سبيل المثال فإن هيئة الإذاعة البريطانية (B.B.C) مازالت مملوكة للدولة وكذلك اتحاد الإذاعة والتلفزيون الفرنسي والأمر كذلك في معظم دول غرب أوربا، ثم انضمت إلي القائمة معظم دول شرق أوربا بعد أن تخلصت من النظام الاشتراكي، والأمر ذاته يوجد في عدد غير قليل من الدول الديمقراطية خارج أوربا كما هو الشأن في كندا واليابان وأستراليا والهند وجنوب أفريقيا وقد وجدت الملكية العامة لوسائل الإعلام الإذاعي والتلفزيوني في الدول الديمقراطية لاعتبارات فنية ترتبط بتوزيع الترددات الإذاعية بين الدول علي النطاق العالمي.

ولكن الأمر تميز في هذه المجتمعات الديمقراطية بمتغيرين رئيسين أولهما السماح منذ فترة مبكرة للقطاع الخاص بالتواجد في هذا المجال والثاني أن هذه المجتمعات أوجدت قوانين وأعراف تضمن استغلال هذه الوسائل وحمايتها من التدخل الحكومي، وهو استقلال مبني علي التفرقة الصارمة بين الدولة والحكومة فالدولة تمثل المواطنين جميعاً بينما الحكومة تمثل حزباً أو أكثر من المواطنين

والدولة دائمة في حين أن الحكومة متغيرة، وبناء على ذلك فإن ملكية الدولة لوسائل الإعلام الإذاعي والتلفزيوني لا يتطلب بالضرورة الإشراف الحكومي المباشر على هذه الوسائل.

ويلاحظ أن غالبية محطات الإذاعة والتلفزيون في الولايات المتحدة الأمريكية ومعظم دول أمريكا اللاتينية محطات تجارية ذات ملكية خاصة، وتقوم الدولة بدور السلطة التنظيمية عن طريق إصدار التراخيص والاحتفاظ بدرجات مختلفة من الإشراف على عمليات التشغيل، وتفرض اللجنة الاتحادية للاتصالات في الولايات المتحدة عدد من القواعد العامة، وتملك حق إلغاء أو عدم تجديد الترخيص للمحطة الإذاعية أو التلفزيونية، وهو حق نادرا ما يستخدم، وعلى المستوى الدولي نجد اليوم مجالا واسعا من أنماط الملكية يبدأ من المشروع الخاص على الطريقة الأمريكية إلى نظام الهيئة التابعة للدولة ولكنها تتمتع باستقلال ذاتي وهو النظام الشائع في أوروبا، حتى نصل إلى الملكية الحكومية وهو النظام الذي كان متبعا في الدول الاشتراكية سابقا ومازال ساريا في العديد من الدول الأفريقية وتسم من آسيا وفي الغالبية العظمى من البلدان العربية.

ومن الملاحظ أنه مع التطور في تكنولوجيا الاتصال بدأت الفروق بين أنماط الملكية تفقد ملامحها فهناك محطات تجارية للراديو التلفزيون تقوم جنباً إلى جنب مع الهيئات العامة، كذلك كان إدخال التلفزيون الكابلي أدى إلى إضفاء مزيد من التنوع على نظم الملكية والإشراف.

وبالنسبة للصحف فالغالبية العظمى منها بكافة الدول الديمقراطية صحف خاصة، يملكها أفراد أو شركات أو تديرها أحزاب سياسية أو مؤسسات غير حكومية، وفي المراحل الأولى من نشأة الصحافة الخاصة، غلب عليها طابع ملكية الأفراد، غير أن التطور أدى إلى ظهور الملكيات المشتركة لمجموعة من الأفراد، وملكيات الشركة المساهمة، ثم ظهرت بعد ذلك الشركات الكبرى

المالكة لعدد كبير من الصحف أو ما سمي بالسلاسل الصحفية أو المجموعات الصحفية، وقد ظهرت المؤسسات الصحفية الضخمة في الولايات المتحدة الأمريكية وبريطانيا وفرنسا وألمانيا، وتحول بعضها إلى مؤسسات كبرى مالكة لعدد كبير من الصحف ثم توسعت بعد ذلك وضمت العديد من محطات الراديو والتلفزيون واستديوهات السينما والمسارح.

وقد وجهت العديد من الانتقادات إلى السلاسل الإعلامية الكبرى بسبب تهديدها لحرية الإعلام، حيث يناح لملاك هذه السلاسل قدرة كبرى علي توجيه الرأي العام وفق انتماءاتهم الفكرية ومصالحهم فضلا عن أن التركيز يحد من حرية التعبير داخل هذه المؤسسات، كما ينتقض من الموضوعية، وهو الأمر الذي يؤثر علي حرية التعبير في المجتمع كله بفعل ما تملكه هذه السلاسل الكبرى من قدرة علي المنافسة والسيطرة علي سوق التوزيع والإعلان مما يهدد وجود الصحف الأخرى وخاصة الصغيرة، وهو ما يحول دون وجود منابر متعددة للرأي مما دفع عدد أمن الدول الديمقراطية إلي التفكير في إدخال بنود في الدستور تمنع قيام الاحتكارات في الإعلام^(١١).

ولكل هذه الأسباب سعت بعض المجتمعات الديمقراطية إلي تقديم المساعدات للصحف الصغيرة لتشجيعها في مواجهة منافسة المؤسسات الكبرى، وقد اتخذت مساعدات الدولة صور مختلفة منها الإعفاءات الضريبية التي لا تتمتع بها الصناعات الأخرى، وتخفيض التعريفات المخصصة للبريد والهاتف وضمان حصول هذه الصحف علي إعلانات من الحكومة ودعم أسعار ورق الصحف، وعلي الرغم من أن وسائل الإعلام بشكل علم ترتأب من التدخل الحكومي في شئونها فقد أدت الرغبة في الاحتفاظ بالتنوع عن طريق الإبقاء علي وسائل الإعلام الضعيفة إلي النظر في برامج متنوعة تحصل بموجبها الصحف المحتاجة علي منح مباشرة من الدولة في سبع دول أوربية من الدول

العريقة في الديمقراطية وفي التطبيق العملي لم تشكل هذه المساعدات أية قيود علي حرية هذه الصحف في انتقاد الحكومة^(١٢).

وفي السنوات الأخيرة طرحت أفكار تطالب بإشراك الصحفيين في ملكية مؤسساتهم وخصوصا بعد نجاح تجربة مشاركة صحفيين في صحيفة (لوموند) الفرنسية في ملكية صحيفتهم وتتزايد الدعوات حاليا في العالم لتمليك الصحف إلي مؤسسات مساهمة تباع أسهمها للأفراد وتحديد نسبة مساهمة الفرد في الملكية علي أن تدار هذه الصحف بواسطة مجالس يشارك فيها الصحفيين والإفراد والهيئات المعبرة عن الرأي العام.

هناك مؤشرات قوية لتطور نظم ملكية وسائل الإعلام في دول العالم منذ بداية العقد الأخير من القرن العشرين وهي ترجع في الأساس إلي شيوع الاتجاه نحو الديمقراطية ذات التعددية الحزبية في هذه المجتمعات، ففي أغلب الدول الإفريقية ظهرت مؤسسات صحفية خاصة، أما بالنسبة للراديو والتلفزيون فمازال يسود نظام التبعية المباشرة للدولة، وفي السنوات الأخيرة بدأ السماح للقطاع الخاص بالاستثمار في مجال الراديو والتلفزيون بالفعل في نيجيريا، وفي الدول الآسيوية تتعدد نظم ملكية وسائل الإعلام بسبب تباين النظم السياسية والاقتصادية، حيث توجد صحف تملكها الدولة بشكل مباشر أو عن طريق الأحزاب الحاكمة، وهناك أيضا نظام المنظمات الإذاعية والتلفزيونية العامة علي غرار نظام B.B.C، وخاصة في الدول التي كانت مستعمرات بريطانية مثل الهند وباكستان وماليزيا، ومع ذلك فإن بعض هذه الدول - مثل ماليزيا - أصبحت تسمح للقطاع الخاص بتملك محطات الراديو والتلفزيون لمقاومة طوفان الشبكات الفضائية الآسيوية، وفي سريلانكا ونيبال بدأ السماح بامتلاك القطاع الخاص لمحطات راديو وتلفزيون وطنية .

وفي دول أوروبا الشرقية وروسيا الاتحادية تحولت معظم الصحف العامة

إلى صحف خاصة، واختفي بعضها من الوجود، وقد وصل الأمر إلى حد السماح لبعض المجموعات الرأسمالية الغربية بتملك بعض هذه الصحف، وبالنسبة للراديو والتلفزيون فما زالت توجد بعض الأنظمة العامة، ولكن سمح بالنظم الخاصة، إلا أن الأخيرة تعاني من متاعب مالية لانخفاض دخلها من الإعلان وهو ما يهدد قدرتها على البقاء.

وفي دول أمريكا اللاتينية أصبح طابع الملكية الخاصة يغلب على وسائل الإعلام، وهي عادة ملكية أسرية أو فردية وتسمى بملكية "البارونات". وتلعب الحكومات الآن دورا محدوداً للغاية في ملكية وإدارة النظم الإذاعية والتلفزيونية، وخاصة بالنسبة للخدمات المقدمة لسكان المناطق النائية والتي لا تغري المصالح التجارية بخدمتها.

ولا بد من الاعتراف بأن الطابع التجاري أصبح يسيطر على كثير من عمليات الاتصال والإعلام، مما يؤثر على حق المواطنين في إعلام ديموقراطي، ذلك إن الكثير من الأنشطة الإعلامية يعتبر اليوم من الأنشطة التجارية في الصحافة والكتب، والأفلام والمسلسلات والتسجيلات والبرامج الإذاعية والتلفزيونية والمعلومات، وتحولت أيضا إلى سلعة تجارية. ومن الصعب أن يوجد في اقتصاديات السوق كثير من الأنشطة التجارية التي تعادل في نموها ذلك التوسع الضخم في صناعة الإعلام والمعلومات، في السنوات الأخيرة، بما حققته من بلايين الدولارات من عائد مبيعات الإنتاج الإعلامي والترفيهي، وبما لها من ميزانيات الإعلانات المتزايدة^(٣).

لقد أصبح مضمون الاتصال - وهو يشكل جانبا كبيرا من المعرفة الإنسانية - يقدم كسلعة تجارية يتم تسويقها وبيعها كأى سلعة أخرى، وهدفها إرضاء النزعة الاستهلاكية للجمهور، وذلك بديلا عن مفهوم (الخدمة العامة)، وهي نتيجة طبيعية لعملية التسويق إلى تحكم في أنشطة المنتجين الإعلاميين، كما هو الشأن

في أي مشروع تجاري، إذ تعد المبيعات والأرباح اعتبارات أساسية في تفكير أولئك الذين يتخذون القرارات الخاصة بإنتاج الصحف والكتب والبرامج الإذاعية والتلفزيونية، والأفلام السينمائية والعروض المسرحية ومعارض الفنون التشكيلية، بغية مواجهة منافسيهم والقدرة علي البقاء في نهاية الأمر^(١٤).

إن المعلومات والأخبار أصبحت إنتاجاً تجارياً، ففي التغطية الإخبارية المحلية مثلاً، هناك أنباء هامة كثيرة عن الريف يجري إغفالها كي يفسح المجال لأنباء أخرى، هامة أو تافهة، تتعلق بأحداث حضرية ونشاطات خاصة بالصفوة، ولمثل هذه التشوهات ما يناظرها في التدفق الدولي للأنباء، ذلك أنه تمضي أحداث وقضايا هامة دون أن تتم تغطيتها، وخاصة تلك الأنباء الواردة من مناطق لا يألّفها القارئ أو المستمع أو المشاهد، لصالح أنباء أقل أهمية ترد من الدول الصناعية المتقدمة، وتعبّر عن أصحاب المصالح الاقتصادية الكبرى. ومن ثم فمن المؤكد أن مراعاة السوق والاعتبارات التجارية وراء كثير من التشوهات في المضمون الإعلامي.

ولكل المظاهر السلبية السابقة، ارتفعت أصوات غير قليلة في المجتمعات الصناعية المتقدمة تطالب بالحد من تأثير السوق والطابع التجاري على الإنتاج الإعلامي لما تشكّله من أخطار على الممارسة الديمقراطية، ولضمان حق المواطنين في معرفة صحيحة وموضوعية، وقدمت اقتراحات من بينها النظر في إمكان تغيير أنماط التمويل القائمة حالياً لوسائل الإعلام التجارية، بهدف تعديل الدور النسبي لكل من حجم الإعلانات والضرائب والحوافز المالية والدعم المالي، من أجل تأكيد الوظيفة الاجتماعية لوسائل الإعلام، وتدعيم دورها في توفير المعلومات لأكبر عدد من المواطنين تدعيماً للممارسة الديمقراطية.

ملكية وسائل الإعلام في مصر

ظلت غالبية الصحف حتى نهاية الحرب العالمية الثانية في مصر في أيدي منشآت عائلية فهناك آل زيدان الذين يملكون دار الهلال وآل أمين في أخبار اليوم، وآل ت كلا في الأهرام وآل أبو الفتح في المصري وآل دياب في الجهاد وآل حمزة في البلاغ وفاطمة اليوسف في روز اليوسف.

وفي عام ١٩٥٥ انتقلت دار أخبار اليوم من منشأة فردية إلى شركة ذات مسئولية محدودة وأصبحت لكل من دار الهلال والأهرام شركة مساهمة محدودة لا يخرج عدد المساهمين فيها عن نطاق أفراد العائلة وبعض كبار العاملين بها ممن تربطهم بأصحاب الجريدة صلة قوية في حين ظلت روز اليوسف منشأة فردية، أما دار التحرير للطباعة والنشر فقد أنشأت في عام ١٩٥٣م من قبل هيئة التحرير التي تحولت بعد ذلك إلى الاتحاد القومي ثم الاتحاد الاشتراكي وكانت تضم شركة الإعلانات الشرقية وشركة الإعلانات المصرية وكلها شركات مساهمة بالإضافة إلى جريدة الجمهورية.

وقد ظلت هذه الأوضاع قائمة حتى صدور قانون تنظيم الصحافة في ٢٣ مايو ١٩٦٠ وانتقلت بموجبه هذه الدور الصحفية إلى الاتحاد القومي ثم الاتحاد الاشتراكي وهو التنظيم السياسي الوحيد بالبلاد وبذلك ظهر نمط الملكية العامة للصحف والتي سميت بالصحف القومية^(١٥).

لقد نشأت المؤسسات الصحفية القومية مع صدور قانون ١٩٦٠ والخاص بتنظيم الصحافة، حيث آل إلى الاتحاد القومي عام ١٩٦٠ ثم الاتحاد الاشتراكي عام ١٩٦٤ كل من المؤسسات التي كان يملكها أفراد، وهي الأهرام، أخبار اليوم، روز اليوسف، دار الهلال، دار المعارف، وفي نفس الوقت كانت الثورة قد أنشأت عدة مؤسسات أخرى آلت أيضاً إلى الاتحاد القومي، ثم الاتحاد الاشتراكي وهي: دار التحرير، ودار التعاون.

وكان يتبع وزارة الإرشاد (الإعلام) فيما بعد مؤسستان هما: وكالة أنباء الشرق الأوسط، والشركة القومية للتوزيع، والتي أصبحت في فترة الثمانينات مؤسسة دار الشعب، وهي تمثل أصول جريدة المصري سابقاً.

وقد آلت هذه المؤسسات العشر جميعاً إلى مجلس الشورى بصور القانون رقم ١٤٨ لسنة ١٩٨٠م بشأن سلطة الصحافة.

وتكشف الممارسات الفعلية لتجربة هذه المؤسسات ما يقرب من خمسين عاماً أن ملكية الدولة لها تعكس سيطرة على وسائل الإعلام لم تعد تتناسب مع متغيرات الحياة السياسية في السنوات الأخيرة خاصة وأن هناك أوضاعاً سلبية متراكمة تتطلب سرعة مواجهتها.

إن هذه المؤسسات في ظل أسلوب إدارتها الحالي، والذي يتمثل في اختيار الدولة لقيادات هذه المؤسسات وإطلاق السلطة لهم في تسيير شئونها، قد أدى إلى تدهور على المستوى المهني والاقتصادي لهذه المؤسسات، خاصة مع نشأة التعددية الصحفية في مصر بظهور الصحافة الحزبية ثم الصحف الخاصة، مما أوضح تباينات كثيرة في الأداء الصحفي.

كذلك فقد تراكمت الديون على هذه المؤسسات، حيث أغفلت خضوعها لضريبة الأرباح التجارية والصناعية في أعقاب صدور قانون تنظيم الصحافة عام ١٩٦٠، حتى حسمت الجمعية العمومية للقسم الاستشاري للفتوى والتشريع

بمجلس الدولة هذا الجدل في سبتمبر ١٩٦٧، بخضوع هذه المؤسسات لهذه الضريبة، باعتبار أن نشاط المؤسسات الصحفية يقصد به تحقيق ربح يساعد على غرض إنشائها.

وكان الرئيس جمال عبد الناصر قد أصدر قراراً جمهورياً بإعفاء هذه المؤسسات من أداء ما لم يسدد من هذه الضرائب المستحقة عليها حتى ١٢/٣١/١٩٦٨م، إلا أن هذه المؤسسات استمرت في إهمال تسديد هذه الضرائب، مما أدى إلى تراكمها، إضافة إلى فوائد تأخيرها، وهو ما لا يجوز الإعفاء منه إلا بنص قانوني جديد، وبالتالي فإن من واجب هذه المؤسسات تسديد عدة مليارات من الجنيهات تمثل قيمة هذه الضرائب وفوائدها.

وهناك أيضاً تراكم لضريبة الدمغة على الإعلانات والتي كان يتم تسديدها نسبياً إلى أن تضاعفت إلى نسبة ٣٦% عام ١٩٨٧، مما أدى إلى امتناع هذه المؤسسات عن توريدها رغم تحصيلها من المعلنين.

وقد فرض تحديث المؤسسات الصحفية لقطاعاتها المختلفة في: التحرير والطباعة والتوزيع والإعلان والإدارة العامة إنفاقاً ضخماً بلغ مئات الملايين من الجنيهات تم اقتراضها من البنوك كي لا تتخلف هذه المؤسسات عن مواكبة العصر وتطوراته التكنولوجية، وأدت هذه المديونيات وفوائدها إلى أن أصبحت تمثل عبئاً ثقيلاً على هذه المؤسسات.

وفي ظل المشاكل الاقتصادية التي يعاني منها المجتمع المصري، ومن بينها مضاعفة سعر العملات الأجنبية، وضعف القدرة الشرائية للمواطن، وضعف الموارد المالية للمنشآت المعلنّة، انعكس ذلك كله على إيرادات المؤسسات الصحفية، بسبب زيادة الإنفاق على احتياجات الطباعة، وضعف إيرادات التوزيع، وكذلك الإعلان الذي أصبح يتم تحصيل إيراداته بالتقسيط الذي يصل

إلى ست سنوات في بعض المؤسسات، بل وبلغ الأمر إلى اعتباره ديوناً معدومة لدى بعضها، وهو ما أدى إلى ضعف إيرادات المؤسسات الصحفية إجمالاً.

وقد أدى التزام المؤسسات الصحفية القومية بتنفيذ القرارات الخاصة بالعلوات الاجتماعية السنوية للعاملين إلى إنفاق هذه المؤسسات لمبالغ وصلت إلى مائة مليون جنيه على أقل تقدير لكل مؤسسة على مدى السنوات العشر الأخيرة.

كما أدى عدم تفعيل دور الجهات الرقابية ممثلة في الجمعيات العمومية والجهاز المركزي للمحاسبات ومجلس الشورى، إلى انفراد قيادات المؤسسات الصحفية، مستندة إلى مكانتها السياسية، بسياسات عشوائية أدت إلى تعاضم الإنفاق غير المخطط، وإلى هدر في الإمكانيات، مما انعكس سلباً على الأداء المهني، فأصبحت الصحافة مجرد وظيفة، بعد أن كانت مهنة تتطلب الكفاءة والخبرة والموهبة، خاصة في فترات ما قبل ظهور صحف منافسة من جانب الأحزاب والشركات المساهمة الخاصة.

وقد أدى تعاضم هذه المشاكل وتراكمها، وفي ظل الدعوة إلى الإصلاح السياسي إلى ضرورة النظر في إصلاح هذه المؤسسات وإعادة النظر في شكل ملكيتها.

لم يكن الإعلام المصري بعيداً عن التأثر بالمتغيرات التي يشهدها النظام الإعلامي الدولي مع بداية العقد الحالي، بل تعايش معها، ولبي بعض مطالبها، وهو ما يمكن أن نرصده في مجال الصحافة من خلال إصدار قانون جديد للصحافة في ٣٠ يونيو ١٩٩٦، وهو القانون رقم ٩٦ لسنة ١٩٩٦ الذي حل مكان قانون سلطة الصحافة رقم ١٤٨ لسنة ١٩٨٠، والقانون رقم ٩٥ لسنة ١٩٩٦- وفي الباب الثاني منه تكفل برسم طريقة إصدار الصحف، حيث أباح

حرية إصدارها للأحزاب السياسية والأشخاص الاعتبارية الخاصة، فقرر أنها مكفولة في حدود القانون.

ووضع القانون قيداً مالياً على الأشخاص الاعتبارية الخاصة (فيما عدا الأحزاب السياسية والنقابات والاتحادات) بأن تتخذ شكل تعاونيات أو شركات مساهمة، على أن تكون الأسهم جميعها في الحالتين اسمية، ومملوكة للمصريين وحدهم، وأن لا يقل رأسمال الشركة المدفوع عن مليون جنيه إذا كانت يومية، و ٢٥٠ ألف جنيه إذا كانت أسبوعية، و ١٠٠ ألف جنيه إذا كانت شهرية، وأن يودع رأس المال بالكامل قبل إصدار الصحيفة في أحد البنوك المصرية.

ثم عاد القانون وأعطى للمجلس الأعلى للصحافة حق الاستثناء من بعض الشروط سالفة البيان، كما وضع القانون قيداً على ملكية الشخص وأفراد أسرته وأقاربه حتى الدرجة الثانية، واشترط ألا تزيد في رأس مال الشركة على ١٠% منه، ثم فسر الأسرة بأنها الزوج والزوجة والأولاد القصر.

وأجاز القانون إنشاء شركات توصية بالأسهم لإصدار مجلات شهرية أو صحف إقليمية، واستثنى القانون من هذه الشروط الصحف والمجلات المتخصصة التي تصدرها الجهات العلمية، وكذلك الهيئات التي يتم تحديدها بقرار من المجلس الأعلى للصحافة.

ويعتبر القانون رقم ٩٦ لسنة ١٩٩٦ خطوة متقدمة في طريق تحرير عملية إصدار وملكية الصحف، وقد أضاف هذا القانون ثلاث ميزات لم تكن موجودة في قانون سلطة الصحافة رقم ١٤٨ لسنة ١٩٨٠ وكذلك القانون رقم ٩٥ لسنة ١٩٩٦، وهي:

١- سمح القانون الجديد للشخص وأفراد أسرته بملكية ١٠% من رأسمال الصحيفة، في حين أن القانون القديم كان يشترط ألا تزيد نسبة ما يملكه الفرد وأسرته على ٥٠٠ جنيه فقط.

٢- أجاز القانون الجديد إنشاء شركات توصية بالأسهم لإصدار مجلات شهرية أو صحف إقليمية، وهو ما يؤدي إلى تيسير عملية إصدار وتملك الأفراد لهذه الصحف.

٣- في الباب الخامس من القانون الجديد رقم ٩٦ لسنة ١٩٩٦، وتحت عنوان الأحكام الانتقالية، تنص المادة ٨ على أن "الصحف التي ظلت باقية لأصحابها بالتطبيق لحكم المادة ٤٩ من القانون رقم ١٤٨ لسنة ١٩٨٠ بشأن سلطة الصحافة، تستمر في مباشرة نشاطها حتى وفاة أصحابها، ويجوز لها خلال ذلك توفيق أوضاعها وفقاً لأحكام هذا القانون"، وهكذا منح القانون الجديد الصحف المملوكة للأفراد فرصة توفيق أوضاعها، في حين أن القانون كان يقضي بغلق هذه الصحف بعد وفاة أصحابها.

وبرغم التقدم الذي تضمنته أحكام القانون رقم ٩٦ لسنة ١٩٩٦ فيما يتعلق بملكية الصحف، فإن لنا عليه ملاحظتين هامتين وهما:

١- السماح للأحزاب السياسية بإصدار ما تشاء من صحف، وإطلاق هذا الأمر أدى إلى أن بعضها قام بذلك من باب المكسب والتجارة، وهو أمر بعيد عن مقصود الشارع.

٢- اشتراط دفع مبالغ مالية طائلة يعتبر أقرب إلى التعجيز، وكأن المشرع يرفض إصدار صحف للأفراد، مما جعل البعض يلتفت حول القانون بالحصول على رخص من دول أجنبية ويطبع في الخارج ويوزع في الداخل، وبعض الصحف أصبح يطبع ويوزع في الداخل، وفي الحالتين فإن هذه الصحف تخضع للرقابة باعتبارها صحفاً أجنبية، في حين أنه يملكها ويحررها مصريون.

أما في مجال الراديو والتلفزيون فقد ظل اتحاد الإذاعة والتلفزيون الذي أنشئ في ١٣ أغسطس عام ١٩٧٠ بالقرار الجمهوري رقم ٦٢ لسنة ١٩٧٠

ملكية عامة، وذلك برغم ما يتمتع به من استقلال مالي وإداري عن الحكومة، وخاصة أن قانون الاتحاد ينص على أن له أن يتعاقد وأن يجري جميع التصرفات والأعمال المحققة لأغراضه دون التقيد بالنظم مع شركاء آخرين- في المجالات المتصلة بأغراضه، وشراء الشركات أو إدماجها فيه، والدخول في مشروعات مشتركة مع الجهات التي تزاوُل أعمالاً شبيهة بأعماله، أو التي قد تعاونه على تحقيق أغراضه، سواء في جمهورية مصر أو خارجها، وله حق استثمار أموال الاتحاد في الأوجه التي تتفق مع أغراضه.

ومع بداية التسعينات بدأ الاتحاد يأخذ تدريجياً بفكرة السماح بتملك القطاع الخاص لجزء من أنشطته، حيث قام بإنشاء الشركة المصرية للأخبار C. N. E. كشركة مساهمة مصرية، وسمح للقطاع الخاص المصري بتملك جزء من أسهمها.

وفي يوليو ١٩٩٦، قام الاتحاد بإنشاء الشركة المصرية للأقمار الصناعية التي تقوم بتصنيع وإدارة القمر الصناعي نايل سات، كشركة مساهمة مصرية، ويشارك القطاع الخاص في ملكية نسبة من أسهم الشركة.

وفي أكتوبر ١٩٩٧م قام اتحاد الإذاعة والتلفزيون بإنشاء شركة مدينة الإنتاج الإعلامي بمدينة ٦ أكتوبر على مساحة مليوني متر مربع، وسمح للقطاع الخاص بتملك نسبة من أسهم الشركة.

كذلك فقد سمح للقطاع الخاص بيبث عدد من القنوات الفضائية على القمر الصناعي المصري نايل سات ١ و نايل سات ٢، وذلك عبر تفسير مرن لقانون اتحاد الإذاعة والتلفزيون، بأنه صدر قبل ظهور البث الفضائي، وبالتالي فلا وجه لتطبيق النص الخاص باحتكار اتحاد الإذاعة والتلفزيون بحق البث الإذاعي والتلفزيوني، على البث الفضائي واقتصر هذا الاحتكار على البث الأرضي فقط.

ملكية وسائل الإعلام في الوطن العربي

لقد عرف العالم العربي وسائل الإعلام الجماهيرية في النصف الأول من القرن التاسع عشر، عندما عرف الصحافة، والتي نشأت رسمية أي مملوكة للدولة، فأول صحيفة صدرت في الوطن العربي هي صحيفة "الوقائع المصرية" التي أصدرها محمد علي حاكم مصر في عام ١٨٢٨^(١٦)، وكانت منذ بدايتها وحتى الآن (فهي أقدم صحيفة عربية حية) صحيفة رسمية تكتفي بنشر أخبار الدولة وأوامرها وتعليماتها لكبار الموظفين وللجمهور، وذلك لخدمة طموح محمد علي في بناء دولة حديثة^(١٧) وكذلك كان الأمر مع بقية الصحف الأولى التي صدرت في بقية أنحاء الوطن العربي، فقد بدأت جميعها صحف رسمية^(١٨)، ومنها "المبشر الجزائرية" (١٨٤٧م) وحديقة الأخبار، اللبنانية (١٨٥٨م) والرائد، التونسية (١٨٦٠م) وصحيفة سورية (١٨٦٦م)، وصحيفة طرابلس الغرب، الليبية (١٨٦٦م) والزوراء، العراقية (١٨٦٩م)، وصحيفة صنعاء، اليمنية (١٨٧٩م) والغازية، السودانية (١٨٩٩م) وصحيفة الحجاز (١٩٠٨م).

ويوجد في العالم العربي الآن ثلاثة أنواع من ملكية، وسائل الإعلام، يقوم النوع الأول منها على الملكية الخاصة، سواء اتخذت هذه الملكية شكل ملكية الأفراد أو الشركات أو المؤسسات الخاصة، وهو النوع الذي يسود النظام الليبرالي، أما النوع الثاني من ملكية وسائل الإعلام، فهو يقوم على الملكية

العامة، سواء اتخذت هذه الملكية شكل الملكية المباشرة للحكومة من خلال المؤسسات والهيئات العامة، أو اتخذت شكل ملكية الحزب الحاكم، وهذا النوع من الملكية العامة هو الذي كان سائداً في الدول الاشتراكية لوسائل الإعلام، أما النوع الثالث من الملكية فهو الذي يقوم على الملكية المختلطة لوسائل الإعلام، أي أنه يسمح بالملكية الخاصة إلى جانب الملكية العامة، وهو النوع الذي يسود النظام السلطوي.

ويوجد نظام إعلامي عربي واحد فقط - وهو النظام اللبناني - يأخذ بمبدأ الملكية الفردية، فالمادة ٣١ من قانون المطبوعات اللبناني والمعدلة بالمرسوم رقم ٢١٤٣ الصادر بتاريخ ١٩٧١/١/٥ لا تمنح رخصة بمطبوعة صحفية إلا: (أ) للصحفي.

- (ب) للشركات الصحفية بمختلف أنواعها المتوفرة فيها الشروط الآتية:
- في شركات الأشخاص والشركات المحدودة المسئولية، يجب أن يكون كامل الشركاء من الجنسية اللبنانية.
 - في شركة التوصية المساهمة: يجب أن يكون الشركاء المفوضون من الجنسية اللبنانية وأن تكون كامل الأسهم اسمية مملوكة من أشخاص طبيعيين لبنانيين أو شركات معتبرة لبنانية صرف بحكم القانون الصادر بموجب المرسوم رقم ١١٦١٤ بتاريخ ٤ كانون الثاني ١٩٦٩.
 - في الشركات المقفلة: يجب أن تكون كامل الأسهم اسمية مملوكة من أشخاص طبيعيين لبنانيين أو من شركات لبنانية صرف بحكم القانون المذكور في الفقرة أعلاه.
 - يحظر التفرع عن الأسهم المذكورة بالفقرتين المشار إليهما أعلاه إلى غير الأشخاص الطبيعيين اللبنانيين أو إلى غير الشركات اللبنانية الصرف^(١٩).

ويلاحظ أنه لا توجد في قانون المطبوعات اللبناني أية إشارة إلى الملكية العامة للصحف، أو غيرها من وسائل الإعلام.

وقد عانت الصحافة اللبنانية من أزمة تمويل مستمرة وذلك بسبب ضعف الاقتصاد اللبناني وسيادة نمط الملكية الفردية لمؤسسات الصحافة وكثرة عدد الصحف بالنسبة لدرجة استيعاب السوق المحلية، وإزاء عدم كفاية موارد والتوزيع والإعلان، تلجأ الصحف اللبنانية إلى الحصول على المساعدات المادية والتسهيلات التي تشمل تبرعات مالية وفتح أسواق وإعلانات واشتراكات كبيرة من مختلف الجهات التي تتفق معها في الاتجاه العام أو الموقف السياسي، وخاصة مع عدم وجود رقابة على موارد الصحف، ومن هذه الجهات، أفراد وقوى وأحزاب لبنانية وعربية ودولية، وكذلك بعض الأنظمة العربية، وكان للممول تأثيره الضار على حرية الصحافة، وليس أدل على ذلك من لجوء بعض الصحف إلى تغيير اتجاهها السياسي أثر انقطاع تمويلها من إحدى الجهات أو انتقاله إلى جهة أخرى^(٢٠).

وتوجد أنظمة إعلامية عربية تقوم ملكية وسائل الإعلام بها على مبدأ الملكية العامة ومنها: سوريا وليبيا.

ويلاحظ أن الملكية العامة في هذه الأنظمة تتخذ أشكالاً متعددة منها ملكية الدولة، ومنها ملكية الحزب الحاكم أو الأحزاب الحاكمة في حالة وجود جبهة حاكمة تضم مجموعة أحزاب مؤتلفة، كما حدث في سوريا.

ويوجد عدة أنظمة إعلامية عربية تأخذ بمبدأ الملكية المختلطة لوسائل الإعلام، وهي: مصر والسودان والمملكة العربية السعودية والكويت والبحرين وقطر ودولة الإمارات العربية المتحدة وعمان وتونس والمغرب والجزائر واليمن.

وفي هذه الأنظمة يسمح للأفراد وللدولة أيضاً بحق ملكية الصحف فقط في

حين أن ملكية الإذاعة والتلفزيون قاصرة على الدولة. ففي المغرب مثلاً للأحزاب السياسية صحف تعبر عنها، إذ يملك حزب الاستقلال صحيفتان تصدران بمدينة الرباط وهما: العلم وليوينيون، ولحزب الاتحاد الاشتراكي للقوى الشعبية صحيفة تصدر بالدار البيضاء وهي: المحرر، ولحزب التقدم الاشتراكي للقوى الشعبية صحيفة تصدر في الدار البيضاء وهي: البيان، وإلى جانب الصحف الحزبية هناك الصحف التي يصدرها أفراد مثل جريدتي "لوماتان" و"ماروك سوار"، وفي نفس الوقت فإن الدولة تقوم بإصدار بعض الصحف، حيث يصدر عن وزارة الإعلام منذ عام ١٩٦٣ جريدة (الأخبار).

أما تونس فقد مرت بمرحلتين، الأولى تبدأ مع الاستقلال حيث انفرد الحزب الدستوري بالسلطة منذ عام ١٩٦٣ وسيطر الحزب على غالبية الصحف، واختلفت صحف الأحزاب الأخرى غير المشاركة في الحكم، ولكن مع نهاية السبعينات وبداية الانفتاح الليبرالي في تونس والذي اقترن بالسماح بالتعدد الحزبي، عادت الصحف الحزبية غير المشاركة في السلطة إلى الصدور، وفي نفس الوقت فإن الصحافة التونسية الخاصة لم تنقطع عن الصدور وتمثل مؤسسة الصباح مثلاً على الاستمرارية في إصدار صحيفتي: الصباح ولوطون، أما الراديو والتلفزيون في تونس فقد ظل ملكاً للدولة وحدها، وتحت الإشراف المباشر للحكومة.

وبلاحظ أن بعض الأنظمة الإعلامية العربية التي تتبنى مبدأ الملكية المختلطة، تسمح بالملكية الخاصة للصحف ولكنها تمنع الأفراد من تملك الصحف مثل قانون المطبوعات المصري.

وقريب من هذا الوضع، قانون المطبوعات السعودي الذي يسمح بالملكية الخاصة للصحف ولكن في شكل مؤسسات صحفية تأخذ شكل الشركات المساهمة، وفي نفس الوقت يمنع الأفراد من تملك الصحف^(٢١).

مستقبل ملكية وسائل الإعلام

إن النظرة المستقبلية لأنماط ملكية وإدارة وسائل الإعلام في مصر والعالم العربي لابد أن تضع في اعتبارها عدداً من المتغيرات الدولية والمحلية وفي مقدمتها نتائج الثورة الالكترونية في مجالي الاتصالات والمعلومات، حيث حدث تطور كبير، وقد تجسد هذا التطور في ذلك الاندماج الذي جرى بين ظاهرتي انفجار المعلومات وثورة الاتصال. والمظهر البارز لانفجار المعلومات تمثل في المعالجة الآلية للمعلومات، حيث تمت الاستعانة بالحاسب الآلي في تخزين واسترجاع خلاصة ما أنتجه الفكر البشري في أقل حيز متاح وبأسرع وقت، أما ثورة الاتصال فقد تجسدت في معالجة المعلومات عن بعد باستخدام أقمار الاتصال الصناعية، وبذلك انفتحت أمام الاتصال الدولي آفاق لا حدود لها، ودخلته استثمارات لاحد لها نتج عنها تحول ملحوظ لوسائل الإعلام إلى الطابع المؤسسي الضخم.

وبرغم التخوف مما حدث من تحول في ملكية وسائل الإعلام الغربية إلى الطابع المؤسسي الدولي الضخم، والخشية من تهديده لحرية التبادل الدولي للأخبار والمعلومات، إلا أن التدفق الهائل للمعلومات قد وازن بين سيطرة الاحتكارات على المؤسسات الإعلامية وبين حرية تبادل الأنباء والمعلومات،

وتبين أن قوة الأنباء والمعلومات على الانتشار تقلل من هيمنة الاحتكارات المالكة لوسائل الإعلام.

وجاء تأكيد هذه الحقيقة جازماً بالتغير الذي حدث في النظام الإعلامي الدولي عقب انهيار الاتحاد السوفيتي والكتلة الشرقية في بداية التسعينات، حيث تحول هذا النظام من الطابع الثنائي إلى الطابع الأحادي، ولا شك أن هذا التغير قد أثر بعمق على دول العالم الثاني ودول العالم الثالث، حيث أدى إلى إعطاء قدر متزايد من الحريات لوسائل الإعلام في هذه الدول حتى تستطيع أن توائم أوضاعها الإعلامية مع طبيعة النظام الإعلامي الدولي الجديد، وهو نظام يقوم على الملكية الفردية لوسائل الإعلام وتعددتها.

ثم تأكد هذا التحول بالاستثمار الهائل في مجال الإعلام، والذي أصبح يحقق أرباحاً طائلة، وتزايد دور الملكية الخاصة وتراجع الملكية العامة لوسائل الإعلام، وخضوع العمل الإعلامي للمنافسة التجارية، وغلبة المواد الإعلامية الاستهلاكية بحيث اضطر الكثير من مؤسسات الإعلام العامة إلى الدخول في منافسة مع المؤسسات الخاصة حتى تحافظ على قدر من جماهيريتها وتأثيرها، بحيث بدأت تتنازل نسبياً عن توجهاتها الثقافية رغبة في الوصول إلى الجماهيرية التي تؤهلها للمنافسة، وهو الأمر الذي أفقدها الكثير من مبررات وجودها كملكية عامة.

وقد ارتبط بتطور نمط الملكية، بداية اعتناق وسائل الإعلام من سلطة الدولة ورقابتها، كما حدثت تغييرات جذرية في كثير من المفاهيم الإعلامية وتطبيقاتها، وبدأ العالم يتحول تدريجياً من (إعلام الحملة) إلى (إعلام السوق).

وقد ترافق مع ذلك كله اتجاه النظام السياسي والاقتصادي إلى التعددية السياسية في العديد من دول العالم ومنها بعض البلدان العربية وتبني اقتصاديات السوق، وتقليص دور القطاع العام في العملية الاقتصادية، وتنظيم دور القطاع

الخاص كعنصر أساسي في عملية التنمية، وإصلاح الهياكل التمويلية لشركات قطاع الأعمال من خلال بيع أصول بعضها وتشجيع الاستثمار والأجنبي من خلال إزالة المعوقات البشرية والإدارية، وإلغاء كافة القوانين والتشريعات المعوقة والمقيدة لحركة الاستثمار، وتشجيع المنظمات غير الحكومية على القيام بدورها في إطار تنمية الجهود التطوعية في المجتمع وتدعيم النشاط الأهلي.

والخلاصة أن هناك ارتباط وثيق بين زيادة أو نقص مساحة الديمقراطية الإعلامية وبين نمط الملكية السائد في وسائل الإعلام، فكلما اتسع نمط الملكية العامة أو الحكومية لوسائل الإعلام، نقصت مساحة الديمقراطية في هذه الوسائل، وكلما اتسع نمط الملكية الفردية لوسائل الإعلام، زادت مساحة الديمقراطية في هذه الوسائل.

وهناك العديد من الأمثلة والشواهد التاريخية التي تؤكد هذه الحقيقة سواء في مصر أو في غيرها من الدول، وفي مصر مثلاً، ظلت مساحة الديمقراطية محدودة في الصحافة المصرية منذ عام ١٨٢٨م عند صدور صحيفة الوقائع المصرية وما تلاها من الجرائد والمجلات الرسمية، ولم تبدأ هذه المساحة في الزيادة إلا مع بداية ظهور الصحف الخاصة في عهد الخديوي إسماعيل بصور جريدة وادي النيل لعبد الله بن أبي السعود كأول جريدة أهلية في عام ١٨٦٧م، وفي النصف الثاني من القرن العشرين تناقصت مساحة الحرية الصحفية في مصر بعد تحويل الكثير من الصحف الخاصة إلى الملكية العامة وصدر قانون تنظيم الصحافة في عام ١٩٦٠م، ثم عادت مساحة الحرية الصحفية لتتزايد من جديد بعد السماح للأحزاب بإصدار الصحف في نهاية السبعينيات، والسماح للأشخاص الاعتبارية في الثمانينيات والتسعينيات بتملك الصحف، وإن اشترط أن تتخذ شكل التعاونيات أو الشركات المساهمة، كما أجاز إنشاء شركات توصية بالأسهم لإصدار مجلات شهرية وصحف إقليمية.

ونرتب على ما سبق أن مساحة الديمقراطية الصحفية سوف تكتمل عندما يتم الاعتراف بحق الأفراد كأشخاص طبيعيين بتملك وإصدار الصحف، وهو الأمر الذي يمكن أن يقضي تماماً على ظاهرة الصحف المصرية التي تصدر بترخيص من الخارج، أو ما يسمى بالصحافة القبرصية.

ومن المهم الإشارة إلى خصوصية قضية الملكية في مجال الإعلام الإذاعي والتلفزيون، وارتباط ذلك بتوزيع الترددات على المستوى الدولي مما يتطلب أحياناً ملكية الدولة لقطاع من الإعلام الإذاعي والتلفزيوني، كما هو الشأن في إنجلترا وفرنسا ومعظم دول غرب أوروبا الليبرالية، أو يتطلب تدخل الدولة في الإشراف على تنظيم العمليات الفنية للبث كما هو الشأن في الولايات المتحدة الأمريكية، وفي كافة الحالات فهناك فصل كامل بين الملكية والإشراف المباشر، بحيث يتم ضمان الاستقلال الكامل لهذه الوسائل عن السيطرة الحكومية رغم ملكية الدولة لها، مع السماح في الوقت نفسه بوجود الملكية الخاصة في البث الإذاعي والتلفزيوني الأرضي أو الفضائي.

لذلك فإن توسيع مساحة الحرية الديمقراطية في مجال الإعلام الإذاعي والتلفزيوني لا يتطلب إلغاء الملكية العامة في هذا المجال، وإنما يمكن أن تتم مع وجود ملكية الدولة للخدمات الإذاعية والتلفزيونية، ووضع آليات وضوابط للترقية بين ملكية الدولة لمثل هذه الخدمات وبين سيطرة الحكومة عليها.

ولابد من الاعتراف بأن الإعلام المصري حقق خطوات مهمة في طريق الاعتراف للأفراد بحق تملك وسائل الإعلام، حيث سمح كما سبق وأشرنا بحق التعاونيات والشركات المساهمة وشركات التوصية في تملك وإصدار الصحف، كذلك فقد تم السماح للأفراد بالمساهمة في ملكية عدد من المشروعات الإعلامية الكبرى التي أقامها اتحاد الإذاعة والتلفزيون ومنها شركة مدينة الإنتاج الإعلامي والشركة المصرية للأقمار الصناعية وشركة توزيع القنوات الفضائية

المشفرة C. N. E، والشركة التي تنظم حقوق التشفير N. C. N وغيرها، كذلك تم إنشاء المنطقة الإعلامية الحرة بمدينة السادس من أكتوبر، والأخيرة لها مجلس إدارة يرأسه رئيس هيئة الاستثمار، وهذا المجلس هو الذي يعتمد إنشاء القنوات الفضائية المصرية الخاصة ويسمح للقنوات العربية والدولية بالعمل من خلال المنطقة الحرة، وهذه المنطقة الحرة تتمتع بالحرية الكاملة دون أي رقابة على ما تبثه هذه القنوات، كذلك يسمح نظام المنطقة الإعلامية الحرة بإنشاء المؤسسات الإعلامية الخاصة كالمطابع ودور النشر وغيرها من النشاطات الإعلامية الخاصة.

إن تطور نمط ملكية وسائل الإعلام في مصر سواء في الصحافة أو في الإذاعة والتلفزيون أو في غيرها من الوسائل الإلكترونية الحديثة يفتح الطريق لمزيد من مشاركة الأفراد في ملكية وسائل الإعلام واتساع مساحة الديمقراطية الإعلامية إن إطلاق حرية إصدار الصحف وتغيير نمط ملكية الدولة للصحف القومية إلى شكل آخر يضمن استقلال هذه الصحف عن السيطرة الحكومية، كذلك فإن تغيير قانون اتحاد الإذاعة والتلفزيون بما يضمن استقلاله الكامل عن السيطرة الحكومية مع استمرار ملكية الدولة، وفي ذات الوقت السماح للأفراد بحق البث الإذاعي والتلفزيوني الأرضي والفضائي.

إذا ما حدث ذلك كله فإن النظام الإعلامي المصري سيكون قد تخلص من كثير من السمات السلطوية التي ما تزال عالقة بثوبه وتعوق تطوره الديمقراطي.

هوامش الفصل الخامس

- 1- Alexander. A lison, Dwers. James: Media Economics. Theory and practice. A pelican book. London. 2003. P.p., 137- 142.
- 2- Kung. Lucy: Strategic Management Media. Holt Rinehart and Winston. New York. 2008. p.p. 72- 75.
- 3- Holt. Lennifer and Rerren. Alisa: Media Industries. University of Minnesota Press. U. S. 2009. p.p. 216- 219.
- 4- Finstein. Mara: Media Diversity: Economics, Ownership: Longman. New York. London. 2003- 122- 129.
- 5- Picard. Robert: Media Economics: Concepts and Issues: A pelican Book. London. P.p. 42- 49.
- 6- Vogel. Harold: Entertainment Industry Economics. Louisianan state University Press. U. S. A. 2007- p.p. 243- 248.
- 7- Arran. Alan: Media Management and Economics: Oxford University Press. New York. London. 2005. p.p., 52- 57.
- 8- Crotean. R. and Hoynes. William: The Business of Media. Holt. Rinehurt and Winston. New York. London. 2005. p.p. 92- 97.
- 9- Croteau. David: Media Society pine forg press. London. California Second Edition. 2001., p.p. 36- 38.
- 10- Lorimer. Rowland and Mcnilty. Jean: Mass Communication in Canada. Oxford University Press. Toronto, New York, Oxford. 1996. p.p. 206. 209.

١١- ماكبرايد شون: أصوات متعددة وعالم واحد، الاتصال والمجتمع اليوم
وغداً، اليونسكو، ص ١٣٦، ١٣٧، ٢٢٦، ٢٢٧.

- 12- Williams. Kevin: European Media studies. Hodder Aroold Press. London. 2006. p.p. 24- 27.
- 13- Mckhane. Tevenl: Canadian organizational Behaviour. McGraaw. Hill. Foorth Edition. New York. 2004. p. 159.
- 14- Koontz. Harold and O'Donell. Cyril: Management. Third Edition. McGraw- Hill. London, Tokyo, Sydney. 2008. p.p. 125- 128.
- ١٥- عبده إبراهيم: تاريخ الوقائع المصرية- مطبعة التوكل- الطبعة الثانية- القاهرة- ص ١٠٣.
- ١٦- حمزة عبد اللطيف: أدب المقالة الصحفية في مصر- دار الفكر العربي، الجزء الأول، الطبعة الثانية- القاهرة، ص ٢٤- ٢٥.
- 17- Hourani. Albert: Arabic Thought in liberal Age. Oxford University Press. London. P.p. 122- 127.
- ١٨- المرسوم الاشتراعي رقم (١٠٤) لبنان، الصادر بتاريخ ١٩٧٧/٦/٣٠م.
- ١٩- النعيمي. حازم: الحرية والصحافة في لبنان، دار العربي للطباعة والنشر- القاهرة- ١٩٨٩- ص ٣٠٦.
- ٢٠- نظام المطبوعات والنشر- المملكة العربية السعودية- الصادر بقرار مجلس الوزراء رقم ٦٥ بتاريخ ١٤٠٢/٢/٢٣ والمتوج بالمرسوم الملكي رقم م/ ١٧ بتاريخ ١٣/٤/١٤٠٢هـ.
- ٢١- بطرس. صليب: إدارة الصحف، الهيئة المصرية العامة للكتاب- القاهرة- ص ١٦، ٤٧.

الفصل السادس

ديموقراطية القنوات الفضائية

من إعلام الحملة إلى إعلام السوق

إن تقييم الدور الديموقراطي في الإعلام الفضائي لا يمكن فهمه إلا إذا وضعنا في اعتبارنا ارتباط هذا الدور بعدد من المتغيرات، التي ألقت بتأثيرها على هذا الدور بأبعاده ودلالاته المتنوعة، وأهم هذه المتغيرات:

١- ثورة الاتصال والمعلومات، حيث جرى تطور كبير في الربع الأخير من القرن الماضي، الذي تجسد في ذلك الاندماج الذي تم بين ظاهرتي انفجار المعلومات وثورة الاتصال^(١).

كان للتزاوج بين تكنولوجيا الحاسب والآلي وأقمار الاتصال الصناعية أثر مذهل في تطور وسائل الاتصال الفضائي^(٢)، وقد بدأ المعسكر الغربي تجاربه لإطلاق الأقمار الصناعية في عام ١٩٦٠م، عندما استخدم سلاح البحرية الأمريكي القمر الطبيعي كمحطة توسط لإرسال الإشارات والصور بين مدينتي واشنطن وجزيرة هاواي، وفي عام ١٩٦٢م أطلقت الولايات المتحدة أول قمر صناعي للاتصالات الفضائية وهو قمر تليستار Telstar وعن طريقه تحقق نقل أول برامج تليفزيونية بين الولايات المتحدة وشبكة اليورفيزيون وفي عام ١٩٦٤م، تكونت الرابطة الدولية لأقمار الاتصال (The International telecommunication satellite Consortium) والمعروفة باسم Intelsat، وضمت ١٢ دولة، وأطلقت الرابطة أول قمر صناعي لها باسم early bird في

عام ١٩٦٥م واستمر العمل به لمدة عام ثم أطلقت الرابطة بعد ذلك عدة أجيال من الأقمار الصناعية باسم Intelsat. والرابطة تضم الآن أكثر من مائة دولة، وتغطي أقمار الإنترسات كافة أنحاء الكرة الأرضية وتخدم حوالي ١٠٠ محطة أرضية في ٨٠ دولة^(٣).

أما تجارب ما كان يسمى بالمعسكر الشرقي في مجال إطلاق الأقمار الصناعية فقد بدأت في عام ١٩٦٠م. عندما تمكن الاتحاد السوفيتي السابق من نقل صور حية لرائد الفضاء الكس ليونيف من مركبة الفضاء Vostocke2 وفي عام ١٩٦٥م أطلق الاتحاد السوفيتي أول قمر صناعي باسم مولينا Molniya والذي مكن من الربط بين الاتحاد السوفيتي ودول شرق أوروبا وكوبا منغوليا، وفتحت عضويته لكافة الدول، وهو يشمل أقماراً صناعية تدور حول الأرض كل ١٢ ساعة متخذة مساراً مرتفعاً مقوس الشكل فوق نصف الكرة الشمالي، يخدم ٤٠ محطة أرضية، وقد أنشئ هذا النظام لمد خدمات الإرسال التلفزيوني إلى المناطق النائية في سيبيريا وآسيا الوسطى والتي كان يمكن الوصول إليها بالشبكات الأرضية بصعوبة بالغة، وبتكاليف باهظة. وقد أصبح بالإمكان بعد ارتباط شبكتي الانترسبوتك تغطية جميع أنحاء العالم بالإرسال التلفزيوني^(٤).

وقد أتاح التطور التكنولوجي إمكانية إرسال البرامج التلفزيونية مباشرة إلى أجهزة الاستقبال عن طريق الاستعانة بهوائيات خاصة، بعد أن كان البث من الأقمار الصناعية يتطلب وجود محطات الاستقبال الأرضية، وبذلك أصبح إيجاد نظم تستخدم الأقمار الصناعية، التي بمقدورها أن تبث البرامج التلفزيونية لأجهزة الاستقبال في البيوت، في نفس اللحظة وفي جميع أنحاء العالم^(٥). إن ثلاثة أقمار صناعية على مساحة ٢٢,٣ ألف ميل فوق الأرض يمكنها الآن أن تغطي الكرة الأرضية بأسرها بالإرسال التلفزيوني الفضائي^(٦).

٢- تغيير النظام الإعلامي الدولي من السيطرة الثنائية إلى هيمنة القطب

الواحد، وذلك عقب انهيار الاتحاد السوفيتي والكتلة الشرقية في التسعينات من القرن الماضي، حيث تحول هذا النظام من الطابع الثنائي، الذي يقوم على سيطرة النظامين الإعلاميين: الليبرالي الغربي والاشتراكي الشرقي إلى الطابع الأحادي، الذي يقوم على سيطرة نظام إعلامي واحد، وهو النظام الإعلامي الغربي الليبرالي، وهيمنة قطب واحد، هو الولايات المتحدة الأمريكية على ذلك النظام^(٧).

ومن المهم التأكيد على أن هذا التغيير قد أثر بعمق على دول العالم الثاني ودول العالم الثالث، حيث أدى إلى إعطاء قدر متزايد من الحرية لوسائل الإعلام في هذه الدول حتى تستطيع أن توائم أوضاعها الإعلامية مع طبيعة النظام الإعلامي الدولي الجديد، وهو نظام يقوم على الملكية الفردية لوسائل الإعلام وتعددتها^(٨).

٣- ضخ استثمارات هائلة في صناعة الاتصال الإعلام، التي أصبحت تحقق أرباحاً طائلة. وتزايد دور الملكية الخاصة وتراجع الملكية العامة لوسائل الإعلام، وخضوع العمل الإعلامي للمنافسة التجارية، وغلبة المواد الإعلامية الاستهلاكية، بحيث اضطر الكثير من مؤسسات الإعلام العامة إلى الدخول في منافسة مع المؤسسات الخاصة، حتى تحافظ على جماهيريتها وتأثيرها، بحيث بدأت تتنازل نسبياً عن توجهاتها الثقافية رغبة في الوصول إلى الجماهيرية، التي تؤهلها للمنافسة، وهو الأمر الذي أفقدها الكثير من مبررات وجودها كملكية عامة^(٩).

وقد ارتبط بتطور نمط الملكية، بداية انعتاق وسائل الإعلام من سيطرة الحكومة ورقابتها، كما حدثت تغييرات جذرية في كثير من المفاهيم الإعلامية وتطبيقاتها، وبدأ العالم يتحول تدريجياً من (إعلام الحملة) إلى (إعلام السوق)^(١٠).

رغم أن القمر الصناعي العربي (عربسات) أطلق في فبراير ١٩٨٥م، معلناً دخول العرب نادي الأقمار الصناعية، إلا أن الاستفادة من خدمات القمر في البث التلفزيوني الفضائي قد تأخر لأكثر من خمس سنوات بسبب الحساسيات والخلافات بين الدول العربية، حتى قامت مصر باستئجار القناة غزيرة الإشعاع لبث أول قناة فضائية مصرية في عام ١٩٩٠م، عقب غزو العراق للكويت ووجود قوات مصرية في حفر الباطن بالمملكة العربية السعودية، ضمن قوات التحالف استعداداً لتحرير الكويت ولما عرف بحرب الخليج الأولى.

٤- تزايد حدة المنافسة التي يواجهها الإعلام الفضائي من جانب العديد من القنوات الفضائية الأجنبية والعربية، وتوقع استمرار هذه المنافسة مع تدفق القنوات الفضائية الجديدة في الظهور على المستوى الوطني والإقليمي والعالمي المشفرة والمفتوحة^(١١).

التجربة المصرية في البث الفضائي

تعتبر مصر - تاريخياً - أول دولة عربية تدخل عصر القنوات الفضائية، وقد بدأ البث الرسمي لهذه القناة التي أطلق عليها "الفضائية المصرية الأولى" Esci في ١٢ ديسمبر ١٩٩٠م، وفي سنتها الأولى اكتفت القناة ببث عدد محدود من الساعات ببرامج منتقاة من قنوات التلفزيون المصري الأرضية، ثم بدأت بعد ذلك في إنتاج برامج خاصة بها.

وفي أول يونيو ١٩٩٦م، بدأ البث الرسمي للقناة الفضائية المصرية الثانية esc2 والتي بدأت مشفرة، ثم تحولت إلى البث المفتوح بعد إطلاق القمر الصناعي المصري نايل سات.

وفي ٣١ مايو ١٩٩٤م كان قد بدأ البث الرسمي لقناة النيل الدولية Nile International T.V بعد أن ظلت تبث تجريبياً منذ ٦ أكتوبر ١٩٩٣، ويغلب عليها الطابع الإخباري.

وقد أطلقت مصر القمر الصناعي المصري الأول نايل سات في يوم ٢٨ أبريل ١٩٩٨م واستقر في مداره بنجاح يوم ٧ مايو، وبدء تشغيله في يوم ٣١ مايو من نفس العام، ويغطي (نايل سات ١) منطقة الخليج العربي بالكامل وسوريا وليبيا وتونس وبقية دول شمال أفريقيا حتى حدود الصحراء الكبرى والساحل الشمالي الأوروبي للبحر الأبيض المتوسط، وهو يحمل ٨٤ قناة تليفزيونية من

خلال ١٢ قناة قمرية، وعدد كبير من القنوات الإذاعية، ويصل عمر القمر ما بين ١٢-١٥ عاماً.

وفي ١٧ أغسطس ٢٠٠٠م أطلقت مصر قمرها الثاني نايل سات ٢ ويصل عمر القمر حوالي ١٦ عاماً، ويقدم الخدمات الإذاعية التليفزيونية والإنترنت والوسائط المتعددة، كما وفر عدداً أكبر من القنوات ويغطي كامل القارة الأوروبية وأجزاء كبيرة من آسيا وأفريقيا.

وقد مكن القمران مصر من تقديم خدمات فضائية للدول العربية والإفريقية والأجنبية، التي ترغب في المشاركة في هذا النشاط الإعلامي والاتصالي، كما يسر ذلك على المواطنين المصريين والعرب استقبال أكبر عدد من القنوات الفضائية، باستخدام أطباق وهوائيات متنوعة الأحجام مما يساهم في خفض تكلفة الاستقبال الفضائي للمواطنين، كذلك أتاح القمر فرصة لإقامة صناعة قمرية في مجال خدمة الأقمار الصناعية والبث الفضائي، حيث يجري تصنيع أجهزة استقبال البث الفضائي في مصر، كما فتح القمر مجالاً واسعاً أمام جيل جديد من المهندسين المصريين للتدريب بالمعاهد المتخصصة في أوروبا وأمريكا على مدى عامين قبل إطلاق القمر، ثم تحول القمر إلى بيت خبرة للتعليم والتدريب المهني في مجال الأقمار الصناعية ولكن أهم ثمار إطلاق القمر الأول والثاني هو ظهور القنوات الفضائية المصرية المتخصصة والقنوات الفضائية المصرية التعليمية، وقد بدأ البث التجريبي لقنوات النيل المتخصصة في ٣١ مايو ١٩٩٨ م، لكنها بدأت البث الفعلي في أكتوبر من نفس العام مع اختلاف زمني بين ظهور كل قناة وأخرى، وتضم القنوات المصرية المتخصصة باتحاد الإذاعة والتليفزيون، وأبرزها قناة النيل للأخبار والدراما والمنوعات والرياضية والأسرة والطفل، والثقافية، والمعلومات المرئية.

أما قنوات النيل التعليمية فهي تبث حوالي ١٠٠ ساعة يومياً، وتضم سبع

قنوات، وهي قناة النيل للتعليم الابتدائي، والإعدادي، والثانوي، والفني، واللغات ومحو الأمية، وقناة المعارف، وهناك بالإضافة إلى هذه القنوات، قناة النيل للتعليم العالي، وقناة المنار للبحث العلمي، وتطلق وزارة الصحة قناتين فضائيتين متخصصتين وهما قناة نغرتيتي وقناة حورس، وقد كانت مصر تبث قنواتها الإقليمية الست على القمر الصناعي، وهو أمر أثار الجدل حتى صدر مؤخراً قرار بإيقاف بث القنوات المحلية على القمر الصناعي.

من المعروف أن قانون اتحاد الإذاعة والتلفزيون يقصر البث الإذاعي والتلفزيوني على الاتحاد، لذلك لم تعرف مصر الشبكات الإذاعية أو القنوات التلفزيونية الخاصة، مع استثناء فترة قصيرة في بداية القرن الماضي، عندما ظهرت بعض الإذاعات الخاصة التي سرعان ما أغلقت.

وبعد إطلاق القمر الصناعي المصري وجد تفسير مرن لقانون الاتحاد، ذهب إلى أن هذا القانون الذي يحتكر البث الإذاعي والتلفزيوني للدولة ممثلة في اتحاد الإذاعة والتلفزيون صدر قبل ظهور تكنولوجيا أقمار الاتصال الصناعية، وما نتج عنها من قنوات تلفزيونية فضائية، لذلك فهو لا يسري إلا على البث الأرضي فقط.

وبالتالي فقد سمح للقطاع الخاص أن يمتلك القنوات الفضائية، وهكذا دخل رأس المال المصري الفردي مجال العمل الإعلامي الفضائي، وسمح بظهور قنوات فضائية مصرية خاصة، ومنها قناتي دريم الأولى والثانية في ٣١ مايو ٢٠٠١م، وفي ذات التاريخ أيضاً ظهرت قناة المحور، وقناة مصر السياحية، التي توقفت بعد شهور لأسباب تمويلية، ثم قناة مزيكا الموسيقية، وقناة تميمة للتسويق، ثم ثلاث قنوات باسم ميلودي إحداها للأغاني العربية، والثانية للأغاني الأجنبية وثالثة للأفلام العربية وتبعها عدد آخر من القنوات الخاصة.

إن مصر تبث الآن ما يزيد عن ثلاثين قناة فضائية حكومية وخاصة، وهي

متاحة لأعداد تتزايد يوماً بعد يوم من المشاهدين المصريين، وهي ظاهرة تشكل طفرة بكل معنى الكلمة، ولكنها تطرح في الوقت نفسه العديد من التساؤلات المشروعة، ومنها:

هل أحسن الإعلام المصري استخدام هذا الكم الكبير من القنوات الفضائية المصرية؟ وهل نجح في أن يحقق من خلالها عائداً يليق بمكانة مصر وتاريخها الإعلامي؟

إن التقييم الموضوعي لتجربة مصر في الإعلام الفضائي يمكن أن نوجزه في الملاحظات التالية:

١- استلزم الدور المصري في الإعلام الفضائي إقامة بنية تحتية إعلامية، تتمشى مع تطور ثورة الاتصال والمعلومات، وكان من أهم ثمار هذا الدور إطلاق القمر الصناعي المصري: نايل سات ١ ونايل سات ٢ وما ارتبط بها من صناعات فضائية تمتد من المحطات الأرضية حتى إنشاء أجهزة الاستقبال المنزلي للقنوات الفضائية، وكذلك إنشاء مدينة الإنتاج الإعلامي، واستديوهاتها الحديثة. بالإضافة إلى تحديث الاستديوهات بمبنى التلفزيون في ماسبيرو، وما ارتبط بذلك من تطور لكافة تكنولوجيا الإنتاج التلفزيوني سواء في التقديم أو الإعداد أو الإخراج أو التصوير أو الديكور أو المونتاج أو في الهندسة الإذاعية. ولقد مهد إنشاء البنية التحتية الاتصالية الطريق لاحتضان مصر العديد من القنوات الفضائية العربية، التي جعلت من القاهرة مقراً رئيسياً لها، كذلك فقد افتتحت معظم القنوات الفضائية العربية والأجنبية، مكاتب رئيسية لها بالقاهرة، بحيث تحولت القاهرة إلى عاصمة للإنتاج الفضائي في المنطقة العربية.

٢- كذلك استلزم الدور المصري في الإعلام الفضائي إعداد كوادر إعلامية

مدرسة، تعرف كيفية التعامل مع تكنولوجيا الاتصال والمعلومات الحديثة، في مختلف التخصصات، الإذاعية والتلفزيونية من خلال معهد الإذاعة والتلفزيون بالإضافة إلى استقدام العديد من الخبراء الإعلاميين الأجانب لنقل الخبرات الحديثة إلى شباب الإعلاميين المصريين، فضلاً عن إرسال عدد من البعثات للخارج وخاصة من المهندسين الإذاعيين للتدريب على التكنولوجيا الاتصالية الحديثة.

ولم يكن غريباً أن يكون جزءاً من الدور المصري في الإعلام الفضائي، قيام الإعلاميين المصريين بالعمل في القنوات الفضائية العربية والأجنبية، بل أن هناك قنوات عربية تكاد تقوم بالكامل على خبرة الكوادر الإعلامية المصرية، ومن النادر أن نرى اليوم قناة فضائية عربية خاصة أو عامة لا تستعين بالإعلاميين المصريين.

٣- لقد ساعد الإعلام الفضائي المصري بمشاركة الإعلام الفضائي العربي على تطوير عدد من الفنون الإذاعية والتلفزيونية، وفي مقدمة هذه الفنون فن الدراما، حيث أصبحت المسلسلات العربية قاسماً مشتركاً في معظم القنوات الفضائية المصرية والعربية وبعد أن كانت مصر لا تنتج قبل ظهور الفضائيات أكثر من عشر مسلسلات في العام، وصل عدد المسلسلات التي أنتجها القطاع العام والخاص المصري في عام ٢٠٠٩ م إلى ما يقرب من مائة مسلسل بلغ رأس المال المستثمر فيها أكثر من نصف مليار جنيه، كذلك حدثت نهضة في مجال الأغنية المصورة (الفديو كليب)، وزاد عدد المطربين والمطربات والمؤلفين والملحنين وما يرتبط بذلك من صناعات إعلامية وفنية كصناعات شرائط الكاسيت والفديو وأجهزة التسجيل وغيرها من الصناعات المغذية لهذه الفنون الإعلامية.

٤- يلاحظ كثرة أعداد القنوات الفضائية المصرية، والحكومية بالذات، وهو أمر غير معتاد في أكثر دول العالم بمختلف أنظمتها السياسية، والاهتمام بالكم تقليد مصري قديم في مجال الإعلام، حيث كانت مصر خلال خمسينيات وستينيات القرن الماضي ثالث دولة في عدد الشبكات الإذاعية بعد الاتحاد السوفيتي والولايات المتحدة الأمريكية، ويتصور البعض أن الكثرة تعني التنوع والتعدد، فزيادة أعداد القنوات الفضائية، لا يوفر التعددية في الإعلام الفضائي، وذلك أن التعددية تعني ضرورة أن يتوفر لهذه القنوات قدر من التنوع والاستقلال بعضها عن البعض الآخر، فإذا لم يكن الأمر كذلك، فلن يكون التنوع سوى مظهر خارجي فقط، حيث تتحدث كافة القنوات الفضائية بصوت واحد، وتتنادي برأي واحد وإن كثر المعبرون عنه.

وقد أثرت زيادة أعداد القنوات الفضائية، التي أطلقتها مصر على مستوى ما يقدم في هذه القنوات من برامج وأفلام ومسلسلات وخدمات تليفزيونية أخرى، فالإمكانيات المادية والبشرية المنوفرة لا تستطيع أن تغطي الاحتياجات الإنتاجية والتشغيلية والمالية لهذه القنوات، مما اضطر المسؤولين عن هذه القنوات إلى شغل ساعات الإرسال بألوان من البرامج والإنتاج المحلي والأجنبي غير المتميز فضلاً عن التوسع في ساعات البث المفتوح لملئ الساعات في حوارات متكررة.

٥- إن اتحاد الإذاعة والتليفزيون الذي يملك القنوات الفضائية المصرية العامة، جهاز حكومي يمثل ملكية الدولة في الإعلام الإذاعي والتليفزيوني، والمعروف أنه إذا كانت ملكية الدولة للصحف مكروهة في كافة الدول الديمقراطية، إلا أن هذه الدول تسمح بملكية الدولة للإعلام الإذاعي والتليفزيوني، إلا أن ملكية الدولة في المجتمعات الديمقراطية لا تعني سيطرة الحكومة على هذا الإعلام، لذلك حرصت القوانين في هذه الدول على ضمان استقلال الخدمات الإذاعية

والتلفزيونية المملوكة للدولة عن الحكومة، وهو ما نراه في تجربة هيئة الإذاعة البريطانية B. B. C. واتحاد الإذاعة والتلفزيون الفرنسي، وفي كافة اتحادات الراديو والتلفزيون في دول غرب أوروبا وفي الهند. ثم امتد الأمر نفسه إلى دول شرق أوروبا أخيراً، وأعداد تتزايد يوماً بعد يوم في المجتمعات النامية في آسيا وأمريكا الجنوبية بل وفي أفريقيا كما هو الشأن في دولة جنوب أفريقيا، مع السماح في ذات الوقت للقطاع الخاص بحق البث الإذاعي والتلفزيوني، وتقوم فلسفة الدول الديمقراطية في هذا الشأن على أن الدولة تمثل المجتمع كله بكافة أحزابه وقواه السياسية والاجتماعية في حين أن الحكومة لا تمثل سوى حزب واحد من المواطنين، ولأن الحكومة متغيرة والدولة دائمة، وجب أن تعود ملكية وسائل الإعلام الإذاعي والتلفزيوني إلى الدولة، أي إلى جميع المواطنين، بحيث لا تستغل لمصلحة حزب واحد من المواطنين، لذلك تمتعت كافة الخدمات الإذاعية والتلفزيونية في هذه الدول الديمقراطية باستقلال كامل عن الحكومة، وبحرية تامة في تناول كافة قضايا المجتمع، بل كثيراً ما تختلف بعض الخدمات الإذاعية تلك مع الحكومة مثلما حدث من خلافات بين هيئة الإذاعة البريطانية والحكومة البريطانية أثناء حرب فوكلاند، وأثناء حربي الخليج الأولى والثانية.

في مصر يلاحظ ضيق مساحة الحرية المتاحة أمام القنوات الفضائية المصرية، سواء في السياسات والقضايا والمشكلات الداخلية أو العربية أو الدولية، وهو الأمر الذي يحد من تأثير ونفوذ هذه القنوات المصرية في مواجهة قنوات فضائية عربية أخرى تمتعت لأسباب متعددة بمساحة أكبر من الحرية.

إن الدور المصري الإعلامي الفضائي وقدرته على التأثير في المنطقة العربية مرهون بزيادة مساحة الحريات المتاحة للقنوات الفضائية المصرية.

٦- لقد كشفت أحداث العدوان الإسرائيلي على غزة في عام ٢٠٠٨م عن وضع غريب للفضائيات، حيث تبين أن مصر تملك أكبر عدد من الفضائيات الحكومية والخاصة، ولكنها جميعاً لا تخاطب سوى المصريين في الداخل، أو العاملين منهم في الخارج، ولا توجد لمصر قناة فضائية عربية أو دولية تخاطب الشعوب العربية والأجنبية، وأن مصر في غمرة تمسكها بسياستها الإعلامية القائمة على التضامن العربي، ونبذ المعارك الإعلامية العربية، تركت المشاهدين العرب فريسة لعدد محدود من الفضائيات العربية، التي بنت سمعتها على قدرتها على نقد الأوضاع العربية، وفي مقدمتها الأوضاع المصرية، وهو الأمر الذي يتطلب إعادة النظر في سياسة مصر الإعلامية العربية، وأصبح من الضروري وجود قناة فضائية ذات طابع عربي، تخاطب كل المشاهدين العرب لا المصريين وحدهم. وأن تتمتع هذه الفضائية بمساحة كبيرة من الحرية في نقد الأوضاع العربية، ولم يعد مقبولاً، أن تبني معظم القنوات الفضائية العربية سمعتها ومصادقيتها على قدرتها على نقد الأوضاع في مصر، في حين تحرم الفضائيات المصرية من انتقاد الأوضاع في هذه الدول، وإذا كان من الصعب أن يقوم بهذا الدور فضائية مملوكة للدولة فمن الممكن أن تقوم به فضائية خاصة، تدعم بشكل مباشر، وغير مباشر من الدولة، كما هو الشأن بالنسبة لقناة الجزيرة القطرية أو قناة العربية السعودية، أو قناة العالم الإيرانية، أو قناة الحرة الأمريكية، أو قناة B. B. C البريطانية.

كذلك فمن المهم أن توفر لهذه القناة سواء كانت مملوكة للدولة، أو مملوكة للقطاع الخاص الإمكانيات المادية والبشرية، التي تمكنها من المنافسة، وفي مقدمة هذه الإمكانيات وجود العدد اللازم من المكاتب الخاصة، والمراسلين في كافة العواصم العربية والدولية، فمن الأمور اللافتة للانتباه أنه بعد مرور أكثر

من سبعين عاماً على إنشاء الإذاعة المصرية، وما يقرب من خمسين عاماً على إنشاء التلفزيون، ووجود أكثر من أربعين خدمة إذاعية، وثلاثين قناة تلفزيونية أرضية وفضائية ومتخصصة، لا يوجد لاتحاد الإذاعة والتلفزيون المصري مكتب خارجي واحد، في أي عاصمة عربية أو دولية، وأن أغلب مراسليه في الخارج ليسوا من كوادره الإعلامية!

٧- إن القول بوجود قناة فضائية دولية لمصر تتمثل في قناة النيل الدولية Nile T.V International يحتاج إلى مراجعة، وقد بدأ البث الرسمي لهذه القناة في ٣١ مايو ١٩٩٤م، بعد أن ظلت تبث تجريبياً من ٦ أكتوبر ١٩٩٣، بمعدل أربع ساعات يومياً منها ثلاث ساعات بالإنجليزية، وساعة باللغة الفرنسية، ثم أخذت تتوسع حتى صارت تبث لمدة ١٥ ساعة يومياً، وأضيف إليها خدمة باللغة العبرية في أول يناير ٢٠٠٢م، إن اكتساب الطابع الدولي لخدمة تلفزيونية ما، رهن بتوفر ثلاثة عوامل:

الأول: انتشارها عبر الحدود والحواجز، التي تفصل بين الدول.

الثاني: البث بلغة تسمح بالانتشار على النطاق العالمي، أو تقديم خدمات بلغات متعددة، تسمح للفضائية بالوصول إلى مشاهدين خارج نطاق حدودها الوطنية.

الثالث: قوة التأثير خارج الحدود الوطنية، وهي قوة نابعة من عمق المضمون، وتنوع المادة، بما يمكنها من تلبية الاحتياجات الإعلامية للمشاهدين.

ومن المهم توافر العناصر الثلاثة مجتمعة في القناة الدولية، بحيث إذا فقدت القناة عنصراً، منها فقدت طابعها الدولي.

وإذا ما حاولنا أن نطبق هذا المفهوم على قناة النيل الدولية، لوجدنا أنها تفتقد

إلى العنصر الثالث، المرتبط بقوة التأثير، وتلبية الاحتياجات الإعلامية للمشاهدين الأجانب.

وهناك العديد من الشواهد، التي تؤكد عدم فاعلية هذه القناة ومن المشكوك فيه تماماً وجود مشاهدين أجانب لها في أوروبا وأمريكا، خاصة أن برامجها تعتبر من الناحية التقنية والفكرية متخلفة كثيراً بالمقارنة بالخدمات التليفزيونية الوطنية في معظم دول أوروبا وأمريكا الشمالية، وكفي لإدراك هذه الحقيقة أن العالم العربي لم يستطع حتى الآن أن يبث إذاعة عربية قومية باستثناء إذاعة صوت العرب في العهد الناصري، التي استطاعت أن تجمع حولها المستمعين العرب، في حين نجحت بعض الدول الغربية في إقامة خدمات إذاعية باللغة العربية، تمكنت من استقطاب الكثير من المستمعين العرب، مثل الخدمة العربية لصوت أمريكا، وإذاعة لندن العربية، وإذاعة مونت كارلو العربية، ثم هل نتصور عقلاً أن المشاهد الأوروبي أو الأمريكي يترك قنواته الوطنية في بريطانيا أو فرنسا أو ألمانيا أو الولايات المتحدة لمشاهد القناة المصرية الموجهة إليه.

إن المشاهد العربي يقبل على القنوات الغربية الدولية مدفوعاً بإحساسه بالنقص الهائل في الخدمات التليفزيونية التي تقدمها محطاته الوطنية، سواء كان هذا النقص راجعاً إلى التخلف التقني، أو القيود السياسية، فهل يعاني المشاهد الغربي من عقدة نقص مشابهة حتى يهرب من قنواته الوطنية إلى القنوات المصرية الموجهة.

التجربة العربية في البث الفضائي

بعد ظهور الفضائية المصرية بفترة قصيرة استأجرت المملكة العربية السعودية في نهاية عام ١٩٩٠م قناتي التلفزيون غزيرتي الإشعاع بالعرب سات وخصصتهم لبث قناتيها المحليتين إلى الفضاء^(١٢)، وبذلك كانت قناتيها الفضائيتين ليسا سوى امتداداً لقناتيها الأولى والثانية الأرضيتين، وفي منتصف عام ٢٠٠٤م، أطلقت السعودية قناة (الإخبارية) الفضائية بجانب قناة فضائية رياضية، وأصبح للسعودية أربع قنوات فضائية حكومية، تابعة لوزارة الإعلام السعودية، ويلاحظ أن معظم القنوات الفضائية العربية الحكومية الأولى ظهرت على النحو التي ظهرت به القناتين السعوديتين الأولى والثانية، أي مجرد بث القنوات الأرضية المحلية إلى الفضاء، فقد ظهرت القناة الفضائية الكويتية الأولى في الأول من أكتوبر عام ١٩٩٢م كامتداد للقناة الكويتية الأرضية الأولى، كما تعد القناة الفضائية الكويتية الثانية امتداد للقناة الكويتية الأرضية الثانية، وكذلك كان الشأن مع قناة أبو ظبي الفضائية في عام ١٩٩٦م والفضائية البحرينية في الأول من أكتوبر ١٩٩٦م، والفضائية القطرية في أوائل عام ١٩٩٣م، والفضائية العمانية في أوائل عام ١٩٩٣م، والفضائية السورية في يونيو ١٩٩٥م، والفضائية اللبنانية في عام ١٩٩٦م، والفضائية الأردنية في فبراير ١٩٩٣م، والفضائية الفلسطينية في ٦ يونيو ١٩٩٤م، والفضائية العراقية في ١٧ يوليو ١٩٩٣م، والفضائية اليمنية في الأول من سبتمبر ١٩٩٦م، والفضائية السودانية في الأول

من يونيو ١٩٩٥م، والفضائية التونسية في ٧ نوفمبر ١٩٩٢، والفضائية الجزائرية في الأول من أكتوبر ١٩٩٤م، والفضائية المغربية في ٣ مارس ١٩٩٣م، والفضائية الموريتانية في الأول من ديسمبر ١٩٩٤م، أما القنوات الفضائية العربية الخاصة فقد بدأت بظهور محطة مركز تلفزيون الشرق الأوسط MBCI التي بثت إرسالها من لندن في ١٨ سبتمبر ١٩٩١، وبذلك تعتبر أول قناة فضائية عربية خاصة، وبتمويل سعودي، وبعدها بفترة ظهرت MBC2 كقناة متخصصة في الدراما الغربية ثم أطلق مركز تلفزيون الشرق الأوسط قناته الإخبارية المتخصصة في ٢٠ فبراير ٢٠٠٣، وللمركز عدد آخر من القنوات المتخصصة أبرزها قناة MBC4 الرياضية، ومن العاصمة الإيطالية روما بدأت شبكة راديو وتلفزيون العرب الفضائية تبث عدداً آخر من القنوات الخاصة ذات التمويل السعودي بدءاً من ١٨ أكتوبر ١٩٩٣ وبتمويل سعودي خاص أيضاً ظهرت شبكة (أوربت) في ٢٥ مايو ١٩٩٤ من روما أيضاً.

وفي عام ٢٠٠٣ بدأ البث التدريجي لقنوات (روتانا) الفضائية وبتمويل سعودي أيضاً وبصدور قانون تنظيم وسائل الإعلام المرئي والمسموع في لبنان في عام ١٩٩٦م، بدأت تختفي بالتدريج حوالي ٥٠ محطة تلفزيون أرضية خاصة كانت قد ظهرت خلال فترة الحرب الأهلية اللبنانية التي استمرت منذ عام ١٩٧٥م وحتى عام ١٩٩١م، أما المحطات الجديدة التي رخص لها ببث قنوات أرضية وفق القانون الجديد ما لبثت أن قامت ببث قنوات فضائية جاءت امتداداً لمحطاتها الأرضية، ففي ٢٩ أكتوبر ١٩٩٣م بدء بث قناة المستقبل الفضائية وكانت امتداداً لمحطة تلفزيون المستقبل الأرضية، وهو ما حدث تقريباً مع الفضائية الدولية للمؤسسة اللبنانية للإرسال L. B. C وقناة المنار الفضائية، وقناة تلفزيون المر الفضائية وغيرها من القنوات الفضائية اللبنانية التي كانت في حقيقة الأمر امتداداً لمحطاتها التلفزيونية الأرضية وفي الأول من نوفمبر ١٩٩٦ بدأ بث قناة الجزيرة الفضائية من قطر ورغم أن إنشاء القناة تم

بمرسوم أميري وأن حكومة قطر هي الممول الرئيسي للقناة إلا أن إدارة القناة تصر على أن القناة مؤسسة مستقلة وأن دولة قطر يقتصر دورها على التمويل في حين أن إدارة القناة مستقلة تماماً ولها شخصية قانونية خاصة وتقوم على أسس تجارية، وقد توسع نشاط القناة بحيث أصبحت تبث عدداً آخر من القنوات الفضائية مثل الجزيرة الرياضية والجزيرة مباشر والجزيرة الدولية وغيرها.

وكان لدول المغرب العربي نصيب في بث القنوات الفضائية الخاصة ومن إيرازها القناة الفضائية المغربية 2M International التي بدأت البث في مارس ١٩٨٩ من مدينة الدار البيضاء بتشجيع حكومي، وقناة الأندلس الفضائية التي بدأت إرسالها في عام ١٩٩٨م ومن الغرب أن الجزء الأكبر من تمويلها سعودي بالإضافة إلى عدد من الممولين العرب في إقليم الأندلس بأسبانيا. وهناك قناة المستقلة التي انطلق إرسالها في عام ١٩٩٩م بتمويل من المعارضة التونسية، وهناك أخيراً قناة الساعة التي انطلق إرسالها في عام ٢٠٠٨م وبتنويل خاص وثيق الصلة بالحكومة الليبية.

وهناك بالطبع عشرات من القنوات الفضائية العربية الخاصة التي أضيفت إلى عشرات أخرى من القنوات الحكومية والتي تنوعت أشكالها واتجاهاتها ما بين قنوات عامة وأخرى متخصصة وأغلبها قنوات مفتوحة للجمهور العربي العام وبعضها مشفر يقدم خدماته بمقابل مادي، ونصل إلى السؤال الهام: هل أدت هذه القنوات إلى تزايد مساحات الديمقراطية في البلدان العربية أم ضيقت من هذه المساحة وفي هذا المجال يهمننا أن نسجل الملاحظات التالية على تجربة القنوات الفضائية العربية الحكومية والخاصة بشكل عام، وفيما يتعلق بقضية الديمقراطية بشكل خاص.

١- لا بد أن نعتزف بأن ظهور القنوات الفضائية العربية قد قوبل بالمخاوف وأحياناً بالمقاومة الصريحة من قبل غالبية الحكومات العربية، وقد تمثل

ذلك مبكراً في وضع العديد من القيود أمام السماح بتملك المشاهدين في معظم البلدان العربية لأدوات استقبال (الذش) القنوات الفضائية الأجنبية قبل أن تظهر إلى النور أية فضائيات عربية، بل أن هذه المخاوف أو المقاومة قد عطلت المحاولات العربية للاستثمار في المجال الفضائي، فقد تأخر مشروع إنشاء القمر العربي (عربسات) ما يقرب من عشرين عاماً، فقد أقر في عام ١٩٦٧م. في حين لم ير النور إلا في عام ١٩٨٥ م، ثم ظل منذ إنطلاقه في عام ١٩٨٥م معطلاً عن أداء دوره الإعلامي الفضائي حتى عام ١٩٩٠م حين استأجرت مصر القناة غزيرة الإشعاع لبث أول قناة فضائية مصرية لمخاطبة قواتها المشاركة في معركة تحرير الكويت.

وإذا بحثنا في طبيعة هذه المخاوف فلم يكن سببها رفض لمستحدث تكنولوجيا ينقل العرب إلى عصر الفضاء، بقدر ما كانت مخاوف مما يمكن أن تفتحه هذه التكنولوجيا من أبواب جديدة للتعبير وما يرتبط بها وينتج عنها من تأثير، لقوى وتيارات سياسية وثقافية وعرقية ودينية، وهو الأمر الذي يتصادم مع الطابع السلطوي الغالب على معظم الأنظمة العربية.

وقد ضاعف من عنف هذه المخاوف ما تردد وقتها (واتضحت صحته) أن هذه التكنولوجيا الإعلامية الفضائية الجديدة غير قابلة للرقابة أو المنع أو التشويش.

٢- لوحظ مع بداية البث الفضائي العربي اندفاع العديد من الحكومات العربية في إنشاء قنوات فضائية بتمويل حكومي مباشر بحيث لم يمر وقت طويل حتى أصبح لكل دولة عربية قناة فضائية رسمية تعبر عنها وتعكس سياستها وترسم صورتها أمام الشعوب العربية، ثم تطور الأمر بحيث أصبح لكل دولة عربية عدة قنوات فضائية حكومية وتسابقت

الدول العربية في هذا المجال بحيث أصبحت إعداد القنوات الفضائية التي تملكها كل دولة مصدر فخر لها واعتبرها البعض مؤشراً على تقدمها في هذا المجال، رغم أن أكثر هذه الفضائيات العربية الحكومية تكاد تكون صورة كربونية من قنواتها التلفزيونية الأرضية، ولم يزد دورها على مجرد أداة إعلامية للتعبير عن سياسة الدولة أو الحكومة والدفاع عن مواقفها وفي حقيقة الأمر فإن دورها كان أقرب إلى الدعاية منه إلى الإعلام.

ولا يرجع هذا الوضع إلى نمط ملكية الدولة لهذه القنوات الفضائية، وإنما إلى الإشراف الحكومي المباشر عليها، ذلك أن ملكية الدولة لجانب من الإعلام الإذاعي والتلفزيوني الأرضي أو الفضائي، موجود في العديد من المجتمعات الديمقراطية، التي تحرص على ضمان استقلال وسائل الإعلام الإذاعي عن سيطرة الحكومة رغم ملكية الدولة لها.

وهذا الوضع مفتقد في كافة البلدان العربية، بحيث أن ملكية الدولة لوسائل الإعلام الإذاعي والتلفزيوني يتم تحت إشراف الحكومة المباشر، وهو ما يترجم عملياً باستئثار الحكومة بتوجيه وسائل الإعلام الإذاعي والتلفزيوني للتعبير عن سياساتها وحرمان كافة القوى الأخرى في المجتمع من حق التعبير عن مواقفها من خلال هذه الوسائل.

وبالطبع فإن بعض الحكومات العربية الأكثر تطوراً قد تسمح في بعض الحالات القليلة بالرأي الآخر في بعض برامجها التي تبثها في قنواتها التلفزيونية الأرضية أو قنواتها الفضائية، ولكن يظل هذا الأمر استثناءً مرهون بإرادة الحكومة إن شاعت سمحت به وإن شاعت حجيت مستندة في ذلك إلى تشريعات إعلامية تمنح الحكومات احتكار البث الإذاعي والتلفزيوني الأرضي، وتمنعه عن غيرها من المواطنين، وقد يمتد هذا الاحتكار الحكومي إلى البث

الفضائي في عدد كبير من البلدان العربية، وحين سمح للقنوات الفضائية الخاصة في مصر بالبث تم ذلك عبر تفسير مرن للقانون اعتمد على أن القانون الذي منح اتحاد الإذاعة والتلفزيون الحكومي وحده حق البث الإذاعي والتلفزيوني لم يكن البث الفضائي قد ظهر بعد، ورغم ذلك أرغمت هذه القنوات الفضائية الخاصة أن تعمل من داخل المنطقة الحرة، وأن تحصل على ترخيصها مما سمي بالمنطقة الإعلامية الخاصة!

وما زالت غالبية الدول العربية تحظر إصدار تراخيص لبث القنوات الفضائية الخاصة مما اضطرها لأن تبث من داخل المناطق الحرة بمدينة الإنتاج الإعلامي في مصر ومدينة دبي الإعلامية والمنطقة الحرة بعمان وبيروت وغيرها، في حين أثر البعض الآخر البث من خارج الوطن العربي في لندن وباريس وروما وغيرها.

٣- يلاحظ التزايد المستمر لإعداد القنوات الفضائية العربية الخاصة، وهي ظاهرة إيجابية، ويفترض أن تؤدي كما حدث في المجتمعات الغربية إلى تدعيم التعددية والتنوع واتساع مساحات حرية التعبير والرأي.

وقد أفاض الكثيرون في الحديث عن الدور الحيوي الذي لعبته الفضائيات العربية الخاصة في زيادة مساحات الحرية وإتاحتها فرصة التعبير للرأي الآخر، وقد بالغ البعض في توصيف هذا الدور إلى الحد الذي قالوا فيه إن الفضائيات قد أدخلت الديمقراطية إلى العالم العربي.!

ومع اعترافنا بالدور الهام الذي لعبته الفضائيات العربية العامة والخاصة في تكوين رأي عام عربي حول الكثير من القضايا التي واجهتها الأمة العربية في السنوات العشر الأخيرة، إلا أن دورها الديمقراطي يحتاج إلى مناقشة.

ولعل أول ما يواجهنا في هذا الأمر حقيقة أن الكثير من القنوات الفضائية الخاصة يتم بتمويل حكومي مباشر أو غير مباشر، وليس سراً أن العديد من

شيكات القنوات الفضائية العربية الخاصة، والتي تضم كل شبكة منها العديد من القنوات الفضائية المتنوعة مملوكة لبعض أفراد الأسر الحاكمة في البلدان العربية أو لكبار المسؤولين فيها، والكثير من هذه الشيكات والقنوات تنفق أكثر من دخلها ولعل ذلك السبب في أن الكثير من هذه الفضائيات لا تنشر ميزانياتها السنوية لكي يتعرف جمهور المشاهدين على نفقاتها ومداخلها!!.

والمتتبع لمحتوى مضامين ما نقدمه هذه القنوات الفضائية في برامجها لا يخرج بعيداً عن سياسات ومواقف الدول التي ينتمي إليها أصحابها، وهي لا تختلف كثيراً عن القنوات الفضائية الحكومية التي تبثها بلدانها إلا في تحررها من بعض القيود البيروقراطية بما يسمح لها بالإنفاق الزائد على الإبهار الفني والجودة الإنتاجية، إضافة إلى قدر من المرونة في البرامج الفنية والاجتماعية لا تسمح به طبيعة البلدان المحافظة لقنواتها الحكومية الأرضية أو الفضائية.

وهناك القنوات الفضائية العربية الخاصة المملوكة لبعض رجال الأعمال العرب، ونحن نعرف الطبيعة الخاصة للرأسمالية العربية، فأغلبها مصدرها يأتي من التعامل مع الحكومات العربية التي تملك كافة الثروات الطبيعية في بلدانها، فمصالح الرأسمالية العربية مرتبطة ارتباطاً وثيقاً بالحكومات العربية، لذلك كان من الطبيعي أن تبتعد هذه القنوات الفضائية الخاصة عن الشأن السياسي والتركيز على القضايا الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والفنية والرياضية، بدليل أن معظم هذه القنوات لا يقدم أية خدمات إخبارية أو برامج سياسية، وفي الحالات الخاصة أو الأحداث الهامة التي تضطر فيها هذه القنوات إلى معالجة الشأن السياسي فهي تلتزم التزاماً كاملاً بالدفاع عن مواقف حكومات بلدانها.

٤- هناك حالة خاصة لقناة الجزيرة تحتاج إلى تحليل وتفسير وتقييم، خاصة مع وجود استقطاب مع هذه القناة وضدها في ذات الوقت بين عدد كبير من المشاهدين فالمؤيدين لفضائية الجزيرة يدعون أنها فتحت أبواب

الحريات الإعلامية في الوطن العربي، وأنها حرصت على تقديم الرأي والرأي الآخر ودفعت ثمناً غالياً لذلك في العديد من العواصم العربية تمثل في إغلاق بعض مكاتب القناة، أو توقيف ومحاكمة عدد من مراسليها، إضافة إلى ازدياد أعداد الدعاوي القضائية ضد القناة في العديد من الأقطار العربية.

وقد ادعى المسؤولون عن فضائية الجزيرة أنها رفعت سقف الحرية الإعلامية في الوطن العربي إلى حدود لا نهائية، وأن القناة رغم تمويلها من دولة قطر إلا أنها مستقلة تماماً في تحديد سياستها الإعلامية وفي تنفيذها، وأن أداء القناة الإعلامي يتم وفقاً للمعايير المهنية وحدها.

المختلفون مع قناة الجزيرة يدعون أن القناة شأنها شأن غيرها من وسائل الإعلام الجماهيري تلتزم بسياسة من يملكها، وهي مملوكة بالكامل لحكومة قطر وبالتالي فهي لا تمتلك إلا الالتزام بالسياسة التي تحددها لها الحكومة القطرية.

ومن المعروف أن الحكومة القطرية بعد التغيير الذي أتى بأمر قطر الحالي، تبنت سياسة جديدة تقوم على قيام قطر بدور سياسي فاعل على المستوى الإقليمي والدولي وهو الأمر الذي استتبع إيجاد أداة إعلامية تساعد على أداء هذا الدور السياسي الجديد وكان إنشاء قناة الجزيرة لكي تؤدي هذا الدور، وقد نجحت القناة في مهمتها بحيث تخطي دورها وشهرتها في عدد من الحالات دور وشهرة دولة قطر ذاتها.

ومن الإنصاف الاعتراف بالدور المتميز الذي قامت به قناة الجزيرة في التعبير عن الرأي والرأي الآخر في كثير من الأقطار العربية وعلى مستوى الوطن العربي كله، وفي كشفها لكثير من القضايا المسكوت عنها في معظم وسائل الإعلام العربية الحكومية، وقد ساعدها على تحقيق ذلك كله حسن اختيار الكوادر الإعلامية العربية العاملة بالقناة والذين تميزوا بالكفاءة المهنية وارتفاع

مستوى الحرفية، ولكن تظل مشكلة قناة الجزيرة أنها لا يمكن إلا أن تكون جزءاً من النظام الإعلامي القطري، وهو للأسف نظام سلطوي، فقانون الإعلام القطري، مازال يعطي للسلطات الإدارية حق محاسبة ومعاقبة وسائل الإعلام، كذلك يمنع هذه الوسائل من نقد نظام الحكم في الإمارة، وكذلك يمنع نقد الحاكم، كما أنه يمنع المواطنين من إنشاء خدمات إذاعية أو شبكات تلفزيونية ويجعل هذا الحق حكراً على الحكومة، كذلك لا يسمح بإصدار تصاريح بإنشاء قنوات فضائية خاصة على أرض قطر، والنظام الإعلامي القطري انعكاس للنظام السياسي القطري، حيث لا يسمح بوجود أحزاب سياسية وبالتالي لا توجد انتخابات برلمانية، والحكومة مسئولة أمام أمير البلاد وليست كما هو الشأن في الدول الديمقراطية أمام البرلمان.

نخلص من ذلك أن قناة الجزيرة استثناء من القاعدة في دولة قطر، وهي موجودة ومستمرة مادامت هناك رغبة ومصلحة للنظام الحاكم في ذلك، فإذا ما تغيرت النظرة أو المصلحة، فلن يكون لهذه الفضائية المميّزة وجوداً!

إن أهمية الجزيرة يعود إلى قدرتها على نقد الأوضاع في كافة الأقطار العربية- ماعداً قطر بالطبع- وهو أمر غير متوفر في غيرها من القنوات الفضائية العربية لأسباب ومصالح وسياسات متعددة، وهو أمر يذكرنا بتجربة إذاعة (صوت العرب) المصرية في العصر الناصري حين كانت تنفرد بنقد الأوضاع في كافة الأقطار العربية، وكان لها نفوذ على الشعوب والحكومات العربية أكثر بكثير مما هو لقناة الجزيرة الآن، ولم يكن هذا النفوذ أو ذاك دليلاً على ديموقراطية صوت العرب أو الجزيرة، فالاثنتين ينتميان إلى نظام إعلامي سلطوي، وإنما اكتسبا نفوذهما على النطاق العربي نتيجة السماح لهما بنقد أوضاع البلدان العربية، وبالطبع لم يكن لصوت العرب أن يجرؤ على نقد النظام الناصري، كما لا تجرؤ الجزيرة الآن على نقد نظام الحكم في قطر.

وثيقة البث الفضائي العربي

في عام ٢٠٠٨ طرح قطاع الإعلام والاتصال بجامعة الدول العربية على مجلس وزراء الإعلام العرب، مشروعاً وقفت وراءه مصر والمملكة العربية السعودية باسم "وثيقة تشريعات البث الفضائي العربي"^(١٣) بهدف معالجة السلبات التي أسفرت عنها تجربة القنوات الفضائية العربية، وقد أثار الإعلان عن مشروع الوثيقة ردود أفعال سلبية وخاصة من ممثلي العديد من القنوات الفضائية الخاصة، فضلاً عما كشف عنه النقاش العلني للوثيقة من رفض قطاعات مؤثرة من النخبة العربية الإعلامية والسياسية لبعض ما ورد بالوثيقة، ولكن أخطر ما كشفت عنه ردود الفعل هو اعتراض عدد من الدول العربية على فكرة الوثيقة من الأساس مثلما فعلت دولة قطر، وتحفظ دول أخرى على العديد من بنود الوثيقة مثلما أعلنت لبنان، وقد انتهى الأمر كالعادة بحل توفيقي اتخذته مجلس وزراء الإعلام العرب باعتماد الوثيقة، كوثيقة استرشادية غير ملزمة لمقدمي خدمات البث الفضائي، كذلك اتخذ المجلس قراراً بإنشاء مفوضية للإعلام العربي بهدف إعداد لوائح تنظم العمل الإعلامي بشكل عام والإعلام الفضائي بشكل خاص، ولم يحدد القرار ماهية هذه المفوضية ولا مهامها، كما لم يتطرق إلى آليات عملها، وترك ذلك كله لحوار مستقبلي بين الدول العربية، وقد جاء طرح فكرة المفوضية الإعلامية العربية استرشاداً بنظام المفوضية الأوروبية European Commission وهي الذراع التنفيذي للاتحاد الأوروبي، مع

ملاحظة الفارق الكبير بين الاتحاد الأوروبي وجامعة الدول العربية، فالأول يجمع بين إرادات الدول، كما أنه يمثل الشعوب عبر البرلمان الأوروبي المنتخب في حين أن جامعة الدول العربية تجمع الحكومات بدون أي تمثيل لشعوبها.

وقد تضمن مشروع وثيقة تشريعات البث الفضائي العربي، مقدمة بعنوان الهدف من التشريع و ٢٧ مادة وزعت على سبعة محاور شملت تعريفات، ونطاق تطبيق القانون، والقواعد العامة المنظمة لخدمات البث الفضائي العربي، والتراخيص، وحقوق هيئات البث الفضائي، والجهاز العربي للبث الفضائي، والالتزام بأحكام الوثيقة وتقرير العقوبات.

ويمكن ن سجل على الوثيقة الملاحظات التالية:-

١- من حيث المبدأ فإن الباحث المدقق يختار في تقييمه للكثير من مواد هذه الوثيقة، فهو يجد نفسه متفقاً معها في النصف الأول من المادة، ويختلف معها في النصف الثاني منها، وهو أمر يتكرر مع معظم مواد الوثيقة، خذ مثلاً لذلك المادة الأولى التي تحدد بشكل عام أهداف الوثيقة حيث يقول الجزء الأول من نص المادة: "تهدف هذه الوثيقة إلى تنظيم البث الفضائي وإعادة البث الفضائي واستقبال البث الفضائي العربي، وكفالة احترام الحق في التعبير عن الرأي وانتشار الثقافة وتبادل الحوار الثقافي من خلال البث الفضائي". إلى هنا الكلام مقبول ولا خلاف عليه فإذا انتقلنا إلى تكملة المادة لوجدنا النص التالي: "وضع تنظيمات وتشريعات وضوابط موحدة كفيلة بضبط البث الفضائي العربي".

والخلاف مع هذا الجزء الأخير من نص المادة الأولى من الوثيقة يقوم على عدة اعتبارات لعل من أهمها أن جامعة الدول العربية ومجلس وزراء الإعلام العرب ليس من حقه حسب موثاق ومقررات الجامعة العربية نفسها أن يضع أية تنظيمات أو تشريعات أو ضوابط بضبط البث الفضائي، فهذه من وظائف

المجالس التشريعية بكل دولة عربية، أضيف إلى ذلك أن وضع تنظيمات وتشريعات وضوابط موجودة لكل الدول العربية أمر لا يتمشى مع اختلاف النظم السياسية والاقتصادية والاجتماعية، في كل دولة عربية واختلاف مراحل التطور بين العديد من المجتمعات العربية فما يصلح من تشريعات وضوابط في دولة ملكية قد لا يصلح في دولة تبني النظام الجمهوري، وما يلئم مجمع محافظ قد لا يصلح لمجتمع متحرر وما قد يقبله المجتمع المدني في بلد عربي قد لا يقبله مجتمع مدني في مجتمع عربي آخر، ثم أن المجتمعات العربية ليست على مستوى واحد من التطور الديمقراطي، فهناك مجتمعات عربية بها أحزاب سياسية وصحف معارضة في حين توجد مجتمعات عربية أخرى لا تعترف بالأحزاب أو الحياة النيابية أو بالصحافة المعارضة.

٢- يلاحظ أن بعض المصطلحات المستخدمة في تحديد المجالات التي يجوز فرض القيود عليها واسعة وفضفاضة بحيث يمكن أن تتيح للحكومات فرض السرية على الكثير من أنواع المعلومات والأفكار والآراء. فالمادة الرابعة من الوثيقة تتحدث عن القواعد العامة المنظمة لخدمات البث الفضائي العربي ومنها "علانية وشفافية المعلومات"، ومنها "عدم التأثير سلباً على السلام الاجتماعي والوحدة الوطنية والنظام العام والآداب العامة".

٣- هناك بعض المواد التي تتصادم مع بعض الثوابت العربية، فالمادة السادسة من الوثيقة تقول: "الامتناع عن التحريض على الكراهية"، و "الامتناع عن بث كل شكل من أشكال التحريض على العنف" والاقتباسيين الأخيرين يثيران تساؤلاً مشروعاً: هل يمكن مطالبة بعض الفضائيات الفلسطينية بشكل خاص والعربية بشكل عام بالامتناع عن التحريض على كراهية الاحتلال الإسرائيلي والممارسات الإسرائيلية

في الأراضي العربية المحتلة؟ وهل يمكن مطالبة الفضائيات الفلسطينية والعربية بالامتناع عن بث كل شكل من أشكال التحريض على العنف ضد المحتل الإسرائيلي وفي مقدمتها المقاومة المسلحة؟

٤- تنص المادة السابعة من الوثيقة على: "الالتزام بالموضوعية والأمانة، واحترام كرامة الدول والشعوب وسيادتها الوطنية، وعدم تناول قادتها أو الرموز الوطنية والدينية بالتجريح.

وتعاني هذه المادة من الألفاظ الفضفاضة غير المحددة مثل لفظ "التجريح"، وكان بفضل استخدام الألفاظ والمصطلحات القانونية المستخدمة في مثل هذه الحالات مثل السب والقذف، أما اصطلاح التجريح فيمكن تطويره لمنع الكثير من أشكال النقد الذي يوجه للقادة أو الرموز الوطنية والدينية.

٥- في المادة التاسعة تطالب الوثيقة "بالنقد بجدول زمنية يتم وضعها من قبل لجنة مختصة بالرقابة على محتويات البرامج" وهو منطق يقوم على فرض رقابة سابقة أو لاحقة على البث، والرقابة بكافة أشكالها مجرمة في كافة المجتمعات الديمقراطية، كما أن الكثير من قوانين الإعلام والمطبوعات في البلدان العربية قد تخلصت من فكرة الرقابة واعتبرت ذلك تطوراً مهماً في نظامها الإعلامي.

٦- وفي المادة الثالثة عشر تقول الوثيقة: "النقد بالتعليمات والضوابط التي تضعها المفوضية في حالات الطوارئ والكوارث"، وهو منطق يعطي الحكومات فرض قيود وضوابط استثنائية على منح التراخيص أو سحبها أو على عمليات البث الفضائي بحجة حالات الطوارئ، في حين يطالب الرأي العام في الدول العربية المطبق فيها قانون للطوارئ بضرورة إلغاء مثل هذه القوانين والاكتفاء بالقوانين العادية الكفيلة بمعالجة أية أحداث طارئة مع احترام حقوق المواطنين وحرياتهم.

٧- وفي المادة الثانية والعشرين من الوثيقة والتي تتحدث مع غيرها من المواد عن مهمات الجهاز العربي للبت الفضائي تقول الوثيقة: "اعتماد التدابير الإدارية اللازمة لمواجهة حالات المخالفة الواردة بهذه الوثيقة التشريعية"، وهو منطق يقوم على وجود تدابير إدارية لمحاسبة المخالفين أو المتجاوزين، وهو منطق لم يعد معمولاً به في أية دولة ديمقراطية، حيث لا يجوز للسلطات الإدارية مهما بلغ مستواها محاسبة الإعلاميين، فالقضاء وحده هو المنوط بمحاسبة الإعلاميين، بجانب المحاسبة المهنية التي تتولاها الأسرة الإعلامية ممثلة في نقاباتها المهنية، وعلى سبيل المثال فالقانون رقم ٩٦ لعام ١٩٣٦ بشأن تنظيم الصحافة في مصر يقصر محاسبة المتجاوزين من الصحفيين للقضاء وحده، أما المحاسبة المهنية فتختص بها نقابة الصحفيين وحدها، وليس من حق أي سلطة إدارية في مصر محاسبة الصحفي، ومثل هذا الوضع موجود في عدد من البلدان العربية مثل لبنان والأردن واليمن وتونس والمغرب. وكان المتوقع أن تنحاز الوثيقة إلى تدعيم التشريعات الإعلامية في البلدان العربية التي سارت أشواطاً معقولة في طريق الديمقراطية لا أن تتبنى التشريعات السلطوية.

٨- أن الروح السلطوية للوثيقة تظهر بشكل أكثر وضوحاً في المادة السابعة والعشرين التي تنص على الآتي:

"تلتزم الدول الأعضاء بوضع النصوص العقابية في تشريعاتها الداخلية عن انتهاك أحكام هذه الوثيقة من قبل المخاطبين بأحكامها، وبصفة خاصة هيئات البت الفضائي وإعادة البت الفضائي ومقدمي خدمات البت الفضائي التابعة الموجودة على أراضيهم، ولو كانت تعمل من خلال مناطق خاصة أو مناطق حرة وحتى لو كانت تخضعها لتشريعات خاصة بهذه المناطق أو غيرها من

التشريعات" فالوثيقة بهذا النص تحاول أن تلغي كل ما تحقق في عدد من الدول العربية في مجال حرية الإعلام عن طريق إقامة مناطق إعلامية حرة أو خاصة، حيث منحت هذه المناطق حريات لا تتيحها القوانين للإعلام الوطني داخل البلاد، وهو الأمر الذي حدث في مصر وبيي والأردن ولبنان.

٩- أما الجزء الأخير من نص المادة السابعة والعشرين وهي المادة الأخيرة في الوثيقة فتنص:

"وفي جميع الأحوال ومتى ما رصدت السلطات المختصة بالدولة العضو التي منحت السلطة المختصة بها الترخيص أو تم إبلاغها بأي مخالفة لأحكام القانون الداخلي أو الأحكام الواردة بهذه الوثيقة فإنه يحق لها سحب ترخيص المخالف أو عدم تجديده أو إيقافه للمدة التي تراها مناسبة" وهذا النص نموذج صارخ للنظام الإعلامي السلطوي الذي لم يعد يعامل باحترام في أي بلد في العالم، بل أن النظم السلطوية تحرص على أفكار طبيعتها السلطوية بشتى الطرق، إذ لم يعد من حق السلطات الإدارية مهما بلغ مستواها في الدول الديمقراطية أن تغلق أو توقف إصدار أو بث أي وسيلة إعلامية، بل أن الدول العريقة في الديمقراطية لم تعد تعطي القضاء هذا الحق أيضاً، ذلك أن إصدار أو بث أي وسيلة إعلامية أصبح اليوم حقاً من حقوق الإنسان الطبيعية تماماً مثل الماء والهواء، وليس من حق أي سلطة أن تحرم المواطن من حقوقه الطبيعية سواء في ذلك السلطة التنفيذية أو التشريعية أو القضائية، وإذا حدث تجاوز أو خطأ أو حرية من وسيلة إعلامية ما، فالحل ليس معاقبة الوسيلة وإنما معاقبة من ارتكب التجاوز أو الخطأ أو الجريمة، تماماً مثلما يحدث حين ترتكب جريمة عن طريق سيارة الذي يحاسب هو قائد السيارة وليست السيارة! ومن الغريب أن هذا النص يتعارض مع الدستور المصري ومع أحكام القضاء المصري الذي يحرم غلق أو إيقاف أي صحيفة، وعندما أصدرت محكمة أول درجة حكماً بإيقاف جريدة النبا بسبب

قضية تتعلق بالوحدة الوطنية، فإن محكمة الاستئناف ألغت الحكم وأعدت إصدار الجريدة مؤكدة حكماً تاريخياً بعدم جواز غلق الصحف بالطريق الإداري أو عن طريق القضاء فهي حق من حقوق الإنسان المصري الطبيعية.

كذلك فإن هذا النص يأتي مخالفاً لتطلعات كثير من الإعلاميين العرب الذين يسعون إلى إيجاد تشريعات تسمح للمواطن أن يصدر ما يشاء من وسائل إعلام جماهيرية دون ربط هذا الحق بموافقة السلطة الحاكمة، كما هو سائد في جميع المجتمعات الديمقراطية.

هوامش الفصل السادس

- 1- Sonshine. Victoria: Communication Key to globalization. Longman. London. Newyork. 2005. p.p. 217- 223.
- 2- Fortner. Robert: International Communications: Louisianan state University Press. U. S. A. 2007. p.p. 64- 69.
- 3- Kishan. Daya: International Communication: Continuity and change A pelican Book. London. 2008. p.p. 17- 22.
- 4- Mody. Bella: International and Development Communication. Aleden Press London. 2003. p.p. 82- 87.
- 5- Mcphall. Thomasl: Global Communication. Auyn and Brocon. London. 2002. p.p. 72- 83.
- 6- Hafez. Kai: The myth of Media Globalization. Cambridge. M. K. 2002. p.p. 162- 168.
- 7- Brand. Stewart: The whole Earth network and the Rise of Digital Utopianism. University of Chicago Press. U. S. A. 2006 p.p. 320- 328.
- 8- Crack. Angela: Global Communication and Transnational public spheres. Palgrave Macmillan. Newyork. 2008. p.p. 216- 221.
- 9- Lonham. Batra: Digital Freedom. Row man and Littefield. London, Newyork. 2008. 207- 212.
- 10- Bybee. Keith: Polictic and the Media. Stanford University Press U. S. A 2007 p.p. 132- 137.

١١- الشريف. سامي: الفضائيات العربية- دار النهضة العربية- القاهرة- ٢٠٠٤- ص ٤١، ٤٢.

١٢- قطاع الإعلام والاتصال: مشروع وثيقة تشريعات البث الفضائي العربي- جامعة الدول العربية- القاهرة- ٢٠٠٨م.

الفصل السابع

الإعلام والانتخابات

إن الحكومة الديمقراطية تقوم علي التمثيل الشعبي وحق الانتخاب العام، والانتخابات الديمقراطية تقوم علي حق الشعب في اختبار حكامه أو الاستغناء عنهم في مواعيد محددة، وفي إطار الحريات السياسية وبلا خوف أو تهديد^(١).

ولكن أجراء الانتخابات، وخاصة في بعض دول العالم الثالث، لا يكفي لتأكيد الممارسة الديمقراطية، لأن الحكومات في هذه الدول لا تقبل بتداول السلطة بسهولة^(٢).

وقد تبين وجود ارتباط وثيق بين ديمقراطية المجتمع وديمقراطية الإعلام في هذا المجتمع^(٣)، لذلك فلكي يمارس المواطن حريته في الترشيح والانتخاب لابد لوسائل الإعلام أن تتمتع بحريتها كاملة دون أية قيود تفرض عليها من خارجها^(٤).

أن ديمقراطية الانتخابات لن تتحقق بدون ديمقراطية الإعلام^(٥)، وبذلك تكون ديمقراطية الإعلام امتدادا طبيعيا لحرية كل مواطن، مما يؤدي إلي ارتفاع مستوي الوعي بين المواطنين بما يدعم من مشاركتهم في العملية الانتخابية^(٦).

وفي الربع الأخير من القرن الماضي حدث تطور كبير في مفهوم المشاركة السياسية، بحيث تجاوز التعريف التقليدي الذي كان شائعا قبلها، والذي كان يربط المفهوم بالحق في الانتخاب والترشيح وحدهما^(٧)، فقد اتسع المفهوم ليشمل المشاركة في كافة دوائر أو مستويات صنع القرار في المجتمع بدءا من الأسرة

والمدرسة والعمل ومراكز السلطة في مختلف أجهزة الدولة، وفي النقابات والمنظمات غير الحكومية، ومتضمنة المشاركة في الأطر السياسية من أحزاب ومجالس منتخبة بمختلف مستوياتها المحلية والوطنية^(٨).

ورغم ذلك يظل الحق في الترشيح والانتخاب هو جوهر عملية المشاركة السياسية^(٩)، ولذلك كان من الطبيعي إن تكون العلاقة بين الإعلام والانتخابات في مقدمة القضايا التي تطرح نفسها للنقاش عند دراسة دور الإعلام في عملية التحول الديمقراطي.

وسوف نناقش هذه القضية من خلال دراسة تطبيقية لدور الإعلام في الانتخابات الرئاسية والنيابية الأخيرة في مصر، عبر رصد وتحليل المعالجة الإعلامية للانتخابات، وذلك من خلال استخلاص المؤشرات التي أسفرت عنها التجربة، ومدى توافقها أو تعارضها مع مبادئ الإعلام الديمقراطي والتقاليد المستقرة للممارسة الإعلامية في الانتخابات بالمجتمعات الديمقراطية^(١٠).

المعالجة الإعلامية للانتخابات الرئاسية

رغم أن الحملات الإعلامية للانتخابات الرئاسية في مصر لم تبدأ رسمياً إلا اعتباراً من يوم ١٧ أغسطس ٢٠٠٥م، واستمرت ثلاثة أسابيع حتى نهاية يوم الأحد ٤ سبتمبر ٢٠٠٥م، إلا أن المتابع المدقق سوف يلحظ أنها بدأت بالفعل قبل ذلك بفترة غير قصيرة، وبالتحديد منذ فتح باب الترشيح للرئاسة بل وقبلها أيضاً منذ تعديل المادة ٧٦ من الدستور في الاستفتاء الذي أجري يوم ٢٥ مايو ٢٠٠٥م.

وحرصاً علي توخي الدقة وأكبر قدر من الموضوعية فسوف نقصر ملاحظتنا علي فترة الأسابيع الثلاثة التي حددها قرار لجنة الانتخابات الرئاسية للحملة الانتخابية، وسوف نتناول التغطية الإعلامية للانتخابات الرئاسية من خلال محورين الأول يختص بالتغطية الصحفية والثاني يختص بالتغطية الإذاعية والتلفزيونية.

أما المعايير التي تحكم ملاحظتنا علي هذه التغطية، فهو مدي التزامها بالضوابط التي حددتها المواثيق القانونية والأخلاقية التي صدرت لتنظيم التغطية الإعلامية للانتخابات الرئاسية وهي بالتحديد أربعة مواثيق وهي: القانون رقم ١٧٤ لسنة ٢٠٠٥م بتنظيم الانتخابات الرئاسية^(١) وقرار لجنة الانتخابات الرئاسية رقم (٣) لسنة ٢٠٠٥م بالقواعد المنظمة لحملات الدعاية الانتخابية^(٢)

وإعلان مبادئ وقيم التغطية الصحفية للانتخابات الرئاسية والنيابية الصادر عن المجلس الأعلى للصحافة^(١٣) وإعلان المبادئ والمعايير الموحدة للتغطية الإعلامية المسموعة والمرئية للانتخابات الرئاسية الصادر عن مجلس أمناء اتحاد الإذاعة والتلفزيون^(١٤).

أولاً: الصحافة والانتخابات الرئاسية:

١- يقف معيار الموضوعية وعدم التحيز في مقدمة المعايير التي ركزت عليها المواثيق القانونية والأخلاقية، وفي التطبيق العملي كان ذلك يعني ضرورة إفراد مساحات متكافئة للمرشحين، في الصحف القومية والصحف الخاصة (المسماة بالمستقلة) وإعفاء الصحف الحزبية من هذا الالتزام لتعارضه مع التزام آخر يتفق مع هويتها كأداة للإعلام عن مرشح الحزب الذي تتطرق باسمه.

وقد لوحظ عدم مراعاة الموضوعية والتحيز من خلال عدم التوازن في تخصيص مساحات أكبر لبعض مرشحي الرئاسة عن غيرهم، وعلي سبيل المثال فإن كافة الصحف القومية اليومية والأسبوعية قد أفردت لمرشح الحزب الوطني مساحات أكبر مما أفردته لغيره من المرشحين.

ومن أمثلة ذلك قيام جريدة الأخبار بنشر (١١) مقالاً في تأييد مرشح الحزب الوطني في الأسبوع الأول فقط من فترة الحملة الانتخابية في حين لم تنتشر أي مقال لتأييد أي مرشح آخر، وتكرر الأمر في الأسبوعين التاليين، كذلك فقد جاء المقال الافتتاحي للجريدة منحازاً بشكل واضح لمرشح الحزب الوطني^(١٥).

كذلك فقد ظهر هذا الانحياز جلياً في التحقيقات والتقارير الصحفية التي نشرتها الجريدة، ففي الأسبوع الثاني للحملة الانتخابية نشرت الجريدة صفحة كاملة لمرشح الحزب الوطني بالصفحة الثالثة بعنوان "مرشح الحزب الوطني في لقاء جماهيري حاشد بميدان عابدين" وجاء مصحوباً بصور وعناوين عريضة.^(١٦)

وفي جريدة الأهرام نشر حوار مع مرشح الحزب الوطني بعنوان "مبارك: برنامجي الانتخابي محسوب ولن ننزلق إلي مخاطر الانفلات المالي"^(١٧) وتم نشر الحوار علي مساحات كبيرة شملت نصف الصفحة الأولى وثلاثة أرباع الصفحة الثالثة ونصف الصفحة الخامسة من ذات العدد، وتكرر ذلك في أكثر من موضع، دون أن يعطي للمرشحين الآخرين فرصا مماثلة.

وفي جريدة الجمهورية خصصت الصفحة الثالثة بالكامل في أحد أعدادها^(١٨) لمرشح الحزب الوطني باستثناء مساحة صغيرة لمرشح حزب الوفد، كما خصصت الصفحة الثالثة من ذات العدد لمتابعة حملة مرشح الحزب الوطني واستمرت نفس المعالجة في كافة أعداد جريدة الجمهورية^(١٩) طوال فترة الحملة الانتخابية وتكررت نفس الظاهرة في بقية الصحف القومية اليومية والأسبوعية مع اختلافات طفيفة.

أما الصحف الخاصة، فقد تنوعت مواقفها فعلي حين حرصت جريدة (المصري اليوم)^(٢٠) و (نهضة مصر) علي الالتزام بالموضوعية وعدم التحيز، وإن لوحظ أن اهتمامها بتغطية نشاطات مرشح الحزب الوطني أكبر من اهتمامها بغيره من المرشحين وهو أمر يمكن فهمه باعتباره رئيس الدولة، وعلي ضوء هذا الأمر يمكن أيضا تفهم قيام جريدة المصري اليوم بنشر حديث لمرشح الحزب الوطني في آخر يوم ي الحملة الانتخابية وخصص له ثلاثة صفحات من الجريدة، وهي فرصة لم تتح لغيره من المرشحين، كذلك لوحظ ميل جريدة الميدان لتأييد مرشح الحزب الوطني، في حين بدا واضحا تحيز صحيفة "صوت الأمة" و "الدستور" ضد مرشح الحزب الوطني.

ومن المهم التأكيد أن تجارب المجتمعات الديمقراطية تعترف بحق الصحف الحزبية في الدفاع عن مرشح الحزب الذي تنتمي إليه ومعارضة المرشحين المنافسين له، كذلك فهذه المجتمعات الديمقراطية تعترف بحق الصحف الخاصة

في تأييد مرشح ومعارضة آخر حسب سياستها التحريرية، ولكن هذه المجتمعات لا تعرف ظاهرة الصحف القومية المملوكة للدولة، إلا أن كثيراً منها وبالذات في غرب أوروبا تملك الدولة قطاعاً مهماً من الإعلام الإذاعي والتلفزيوني ولكنها تضمن له الاستقلال عن الحكومة وتمنعه القوانين والتقاليد الإعلامية من الانحياز لمرشح دون آخر بما فيهم مرشح الحكومة، وهو الأمر الذي يجب أن ينطبق علي الصحف القومية عندنا.

والخلاصة أن عدم التوازن في التغطية الصحفية والمتمثل في كبر حجم الاهتمام والمساحات المخصصة لبعض المرشحين مقابل تهميش البعض الآخر عبر تخصيص مساحات محدودة واهتمامات أقل، وهو أمر تكرر في مختلف الصحف المصرية من قومية إلى حزبية إلى خاصة وهو ما يدل علي شيوع هذا النمط من الممارسة المهنية في الصحافة المصرية.

٢- يحثل معيار عدم التعرض لحرمة الحياة الخاصة لأي من المرشحين، وعدم الطعن في سلوك المرشح أو أخلاقه بقصد التأثير في نتيجة الانتخابات مكاناً متقدماً في اهتمام الموائيق القانونية والأخلاقية التي صدرت لتنظيم الدعاية الانتخابية، بدليل أن هذا المعيار تكرر في الموائيق الأربعة وبنفس الألفاظ تقريباً، وكان مرد هذا وجود تخوف من أن توغل الصحف في هذا الاتجاه السلبي، خاصة وأن الفترة التي سبقت الانتخابات شهدت تراشقاً عنيفاً بين عدد من الكتاب والصحفيين، وتبدلت بينهم التهم، وترافق ذلك كله مع وقوع تغييرات كبيرة في المؤسسات الصحفية.

ويلاحظ أن قيام الصحف بالتعرض للحياة الخاصة للمرشحين والطعن في سلوكهم أو أخلاقهم لم يصل إلى الدرجة التي توقعها المتشائمون، إلا أن التجربة لم تخلو منها تماماً، ووجدت العديد من هذه الممارسات السلبية في كافة الصحف

المصرية باختلاف اتجاهات، مع إضافة سلبية أخرى وهي استخدام الألفاظ غير اللائقة خلال تعرض الصحف لسلوك المرشح أو أخلاقه، وعلي سبيل المثال نشرت مجلة روز اليوسف في العدد الصادر في الأسبوع الأول للانتخابات الرئاسية في صفحتها الأخيرة مقالا للكاتب وحيد حامد تحت عنوان "ملاحظات علي برنامج الرئيس" استخدم الكاتب لفظ "قرافيرو العجيب" للإشارة إلي المرشح أيمن نور.

ومن أمثلة ذلك الطعن في المرشحين بنشر أخبار سلبية عنهم مثلما فعلت جريدة أخبار اليوم في العدد الصادر في الأسبوع الأول للحملة الانتخابية عندما نشرت في صفحتها الثالثة خبرا بعنوان "منشورات ضد نور في باب الشعرية".

وإلي الناحية الأخرى نشرت جريدة الوفد^(٢١) مقالا دافعت فيه عن مرشح حزب الوفد وهاجمت مرشح الوطني، واستخدمت ضده ألفاظ وتعبيرات غير لائقة، وقالت أن انتخابه يعني "رايحين في داهية.... بإذن الله" وتكرر الأمر في صحيفة "الغد"^(٢٢) حين قالت "مصر عزبة أبوه" ولم تحترم جريدة "العربي" الحياة الخاصة للمرشحين حين نشرت^(٢٣) موضوعاً تحت عنوان "العشرة المبشرون بجنة الرئاسة في مصر" ذكرت فيه أن "أحمد الصباحي رئيس حزب الأمة رجل طيب كل ما يشغله الآن هو كيف يحصل علي نصيبه من ميراث زوجته الثانية التي توفيت منذ أيام وهي ذاهبة إلي مقر الحزب لتأييد زوجها في حملته الانتخابية.

أما جريدة الدستور "الخاصة" فقد نشرت^(٢٤) مقالا لرئيس تحريرها إبراهيم عيسى بعنوان "عندما يرتدي التزوير برنيطة" أحتوي المقال علي ألفاظ وتعبيرات غير لائقة ومنها "حكومة سافلة، الاستهبال، واقعة أبوه سودا".

وفي الأسبوع الثاني من الحملة الانتخابية نشرت جريدة "الأخبار"^(٢٥) خبرا تحت عنوان "إحالة بلاغ رئيس أكاديمية السادات ضد نور للاستئناف"، ونشرت

جريدة روز اليوسف اليومية خبرا يقول: "مرشح شاب للانتخابات يعاني من خلافات شخصية مع زوجته.. السبب غير مفهوم!".

وفي الأسبوع الثالث للحملة الانتخابية نشرت جريدة "حديث المدينة"^(٢٦) تقريراً بعنوان "مرشح للرئاسة يسب إتباعه علي الهواء مباشرة" وقد تضمن التقرير لفظاً نابياً نشرته الصحيفة منسوباً إلي مرشح الوفد.

والحقيقة أن هذه الممارسة الصحفية السلبية لا تتماشى مع المواثيق والأخلاقيات الأربعة التي استحدثت في فترة الانتخابات، وإنما تتناقض أيضاً مع مبادئ ميثاق الشرف الصحفي الذي وضعته الجمعية العمومية لنقابة الصحفيين وأصدره المجلس الأعلى للصحافة منذ عام ١٩٩٨م.

٣- حرص القانون رقم ١٧٤ لسنة ٢٠٠٥م والخاص بتنظيم الانتخابات الرئاسية في المادة رقم (٢٣)، وكذلك قرار لجنة الانتخابات الرئاسية رقم (٣) لسنة ٢٠٠٥م الخاص بالقواعد المنظمة لحملة الدعاية الانتخابية في المادة رقم (٥) علي وضع ضوابط لنشر استطلاعات الرأي العام بعدما لوحظ توسع الصحف المصرية في توظيف استطلاعات الرأي لدعم أحد المرشحين استغلالاً لثقة المواطنين في لغة الأرقام ومحاولة إضفاء نوع من المصداقية علي شعبية مرشح في مواجهة غيره من المرشحين، وقد تضمنت هذه الضوابط ضرورة أن يتضمن ما تذيعه أو تنشره وسائل الإعلام من استطلاعات للرأي حول الانتخابات الرئاسية، المعلومات الكاملة عن الجهة التي قامت بالاستطلاع، والجهة التي تولت تمويله، والأسئلة التي اشتمل عليها، وحجم العينة ومكانها، وأسلوب إجرائه، وطريقة جمع بياناته، وتاريخ القيام به، ونسبة الخطأ المحتملة في نتائجه، كذلك بحظر نشر أو إذاعة أي من هذه الاستطلاعات خلال السبعة أيام السابقة علي اليوم المحدد للاقتراع وحتى انتهائه.

والجدير بالذكر أن إعلان مبادئ وقيم التغطية الصحفية الصادر عن المجلس الأعلى للصحافة قد أعاد التأكيد علي ذات الأمر في مادته الرابعة حيث طالب بعدم استغلال استطلاعات الرأي العام حول الانتخابات في التأثير علي المواطنين، والالتزام بما ورد بشأن هذه الاستطلاعات في المادة (٢٣) من القانون رقم ١٧٤ لسنة ٢٠٠٥ الخاص بتنظيم الانتخابات الرئاسية.

وفي التطبيق العملي لهذه الضوابط، لوحظ توسع الصحافة المصرية في استخدام استطلاعات الرأي دون اعتبار لهذه الضوابط أو مراعاة لمتطلباتها العملية، بحيث تحولت إلي أداة لخداع الرأي العام.

ومن أمثلة ذلك ما نشرته صحيفة روز اليوسف اليومية^(٢٧)، وهو استطلاع لصالح مرشح الحزب الوطني ولم تذكر فيه حجم العينة التي أجري عليها الاستطلاع ولم تستكمل ضوابط النشر العملية.

ونشرت أخبار اليوم^(٢٨) استطلاعاً للرأي لصالح مرشح الحزب الوطني، ولم نشر إلي تاريخ إجراء الاستطلاع، ولم توضح نسبة الخطأ فيه وغيرها من الضوابط، أما صحيفة الغد فقد نشرت^(٢٩) وعلي صفحتها الأولى خبراً بعنوان "آخر استطلاعات الرأي، نور يتقدم بـ ٣٣% ونعمان يليه ومبارك الثالث" ولم تذكر الصحيفة طبيعة العينة وكيفية سحبها وطبيعة الأسئلة، وكيف تم حساب هذه النسب، واكتفت الصحيفة بالقول أن هذا الاستطلاع أجراه موقع الوعي الإلكتروني دون أن تشير لهوية هذا الموقع ومن يموله.

ونشرت صحيفة الأهرام^(٣٠) نتائج استطلاع للرأي أجراه مركز النيل للدراسات تحت عنوان "٩٠% يختارون مبارك، وجمعة يتقدم علي أيمن نور" ولم تذكر الصحيفة الجهة التي مولت الدراسة وطبيعة الأسئلة وغيرها من الضوابط.

٤- يعتبر الخلط بين التحرير والإعلان وعدم الالتزام بأخلاقيات نشر

الإعلان أحد السلبات البارزة للممارسة الصحفية في مصر في السنوات الأخيرة، لذلك كان من الطبيعي أن يؤكد، إعلان المبادئ الصادر عن المجلس الأعلى للصحافة في مادته السادسة ضرورة التمييز بين المادة الإعلانية والمادة التحريرية، علي ألا يتضمن الإعلان أية إساءة إلي المرشحين الآخرين، والتأكيد علي امتناع الصحفي عن جلب الإعلانات بصفة عامة والإعلانات المتعلقة بالانتخابات بصفة خاصة. ولوحظ أن الصحافة المصرية لم تستطع أن تتخلص من هذه الممارسات السلبية أو أن تتوقف عنها في فترة الانتخابات وهي بذلك تسلب القارئ حق معرفة هوية الموضوعات التحريرية التي يطالعها في صحيفته، حيث من الطبيعي أن يختلف موقفه من مضمونها في حالة كونها مادة صحفية أو مادة إعلانية مدفوعة الثمن والأمثلة علي ذلك متعددة، فقد نشرت جريدة الأخبار^(٣١) إعلان تحريري غير مميز علي صفحه كاملة وحمل عنوان "الاقتصاد المصري يتحدث عن نفسه" وهو إعلان تحريري عن إنجازات مرشح الحزب الوطني.

ونشرت صحيفة مايو^(٣٢) إعلانا غير مميزا بعنوان "أمانة العمال المركزية تتظم معسكرا لشرح البرنامج الانتخابي للرئيس مبارك" ونشرت جريدة الأهرام^(٣٣) إعلانا غير مميزا بعنوان "من أجل البسطاء .. يناقشهم ويسعي لرفع مستوي معيشتهم"، وذلك لصالح مرشح الحزب الوطني، ونشرت أيضا^(٣٤) إعلانا غير مميزا بعنوان "تؤيدك لما حققتموه من إنجازات"... وذلك لصالح مرشح الحزب الوطني أيضا، وغير ذلك كثير.

ونشرت جريدة الجمهورية^(٣٥) إعلانا غير مميزا بعنوان "عهد وميثاق تؤيدك لما حققتموه من إنجازات" لصالح مرشح الحزب الوطني.

٥- يلفت الانتباه قلة الملاحظات المتعلقة بالضوابط الخاصة بالمحافظة علي الوحدة الوطنية والامتناع عن استخدام الشعارات الدينية وعدم الترويج لاستخدام العنف أو التهديد باستخدامه في العملية الانتخابية، والالتزام بتطبيق حق الرد والتصحيح وعدم تأخير نشر التصحيح بما يضر بمصلحة المرشحين، ومما يؤكد هذا الالتزام الأخير عدم ورود أية شكاوي للمجلس الأعلى للصحافة بعدم تطبيق حق الرد، كما أنه لم ترفع أية دعاوي قضائية في هذا الشأن.

٦- إن المؤشرات التي أسفر عنها تطبيق ضوابط التغطية الصحفية للانتخابات الرئاسية يجب النظر إليها في سياق يعترف بأن هذه الانتخابات الرئاسية هي أول انتخابات تعددية علي هذا المستوي في مصر، وقد مثلت واقعا جديدا في الممارسة السياسية وبالتالي فهي تمثل أيضا واقعا جديدا في الممارسة الصحفية، ولم يسبق أن وجدت أنماط سابقة لهذه الممارسة أو قواعد مهنية مستقرة ترشد الأداء الصحفي وتوجهه، وكان لغياب هذه الأنماط والقواعد المهنية أثر واضح علي ظهور العديد من الممارسات السلبية التي سبق الإشارة إليها، ولم تخلو منها صحيفة مصرية سواء كانت قومية أو حزبية أو خاصة.

ومن المهم الانتباه إلي أن التغطية الصحفية للانتخابات الرئاسية اصطدمت بأنماط وأساليب أداء مستقرة للصحافة المصرية شكلت تراثا يصعب تجاهله وتمثل في ارتباط الصحف القومية - نتيجة نمط الملكية - بالتوجهات الرسمية، وتمثل في النظر إلي الصحف الحزبية باعتبارها أداة للدعاية السياسية للحزب الذي تصدر عنه، إضافة إلي حداثة تجربة الصحافة الخاصة في محاولة صنع صحافة مستقلة، وذلك كله يعوق عملية أحداث تغيير جذري وفوري في أسلوب تعامل الصحف المصرية مع مثل هذه الانتخابات الرئاسية التعددية، فالأمر يحتاج إلي صبر ووقت ورغبة جدية في تطوير الصحافة المصرية.

ثانياً: الراديو والتلفزيون والانتخابات الرئاسية:

١- يمنح القانون لاتحاد الإذاعة والتلفزيون وحده الحق في البث الإذاعي والتلفزيوني في مصر، والاتحاد مملوك للدولة وتشرف الحكومة علي إدارته وتوجيهه بشكل مباشر عن طريق وزارة الإعلام، ولعل هذا ما يفرق بين اتحاد الإذاعة والتلفزيون في مصر وغيره من الاتحادات المثيلة في بريطانيا وفرنسا وألمانيا وبقية دول غرب أوروبا وفي بعض الدول النامية مثل الهند، حيث تملك الدولة وسائل الإعلام الإذاعي والتلفزيوني ولكنها تضع لها من القوانين ما يحقق الاستقلال الكامل عن الحكومة، وذلك انطلاقاً من مفهوم يقوم علي أن الدولة تمثل جميع المواطنين وهي دائمة، في حين أن الحكومة تمثل حزباً من المواطنين قد يتغير من فترة إلي أخرى وفقاً لما تجئ به صناديق الانتخاب، يضاف إلي ذلك السماح للمواطنين في هذه الدول الديمقراطية بحق بث الخدمات الإذاعية والتلفزيونية جنباً إلي جنب مع إذاعة وتلفزيون الدولة.

وقد أوجد تعديل المادة ٧٦ من الدستور إشكالية مهمة، إذ كيف يمكن إجراء انتخابات رئاسية تعددية في ظل سيطرة الحكومة علي الجهاز الإعلامي الذي يحتكر وحده البث الإذاعي والتلفزيوني في البلاد.

لذلك كان من الطبيعي أن توضع عدد من القوانين والضوابط التي تحول دون استغلال الحكومة للإعلام الإذاعي والتلفزيوني لخدمة مرشحها للرئاسة، حتى يمكن ضمان المصادقية للانتخابات الرئاسية أمام الرأي العام الوطني والعربي والعالمي.

٢- ليس صعباً الاعتراف بتوفر قدر كبير من الموضوعية وعدم التحيز في التغطية الإذاعية والتلفزيونية للانتخابات الرئاسية وبالذات في الأسابيع الثلاثة التي تم تحديدها كفترة للدعاية الانتخابية.

واختفت ظواهر رأيها للأسف في الصحف بمختلف اتجاهاتها، فلا يوجد طعن في المرشحين المنافسين أو اقتحام خصوصيتهم وعدم استخدام الألفاظ والعبارات غير اللائقة، واختفي أيضا الخلط بين الإعلام والإعلان، ولم يلجأ أي في المرشحين للترويج للعنف أو التهديد به أو استخدام الشعارات الدينية، ولم يذع ما يمكن اعتباره تحريضا ضد الوحدة الوطنية، كذلك خلت الخدمات الإذاعية والتلفزيونية من الاستخدام السيئ لاستطلاعات الرأي العام في التأثير على اتجاهات الناخبين.

٣- وفي التطبيق العملي فقد أتاحت للمرشحين العشرة فرصا تكاد تكون متساوية لمخاطبة المواطنين من خلال الشبكات الإذاعية والقنوات التلفزيونية، واستحدثت برامج إذاعية وتلفزيونية حوارية استضافت حلقاتها ممثلي الأحزاب المتنافسة بل واستضافت رموزاً من الأحزاب التي لم تتقدم بمرشحين للرئاسة لشرح وجهة نظرهم.

وقد نجحت هذه الممارسة الإذاعية والتلفزيونية المتوازنة في استعادة ثقة المشاهدين والمستمعين في موضوعية ومصداقية إعلامهم الوطني المسموع والمرئي، وتوقع الكثيرون "ونحن منهم" أن يتم تأصيل مفهوم الممارسة الإعلامية المتوازنة والموضوعية في الإعلام الإذاعي والتلفزيوني المملوك للدولة علي أمل أن تستمر تلك الممارسة في الانتخابات البرلمانية وتكون بذلك مدخلا طبيعيا ومأمونا لتغيير نمط العلاقة بين الإعلام الإذاعي والتلفزيوني المملوك للدولة وبين الحكومة، من نمط الإشراف والتوجيه المباشر إلي نمط الاستقلال الكامل وفق ضوابط المسؤولية الاجتماعية للإعلام.

٤- رغم أن الطابع العام للتغطية الإذاعية والتلفزيونية للانتخابات الرئاسية جاء متوازنا ويحمل قدرا كبيرا من الموضوعية، إلا أن المتابع المدقق يستطيع أن يضع يده علي عدد من الممارسات السلبية، والتي تؤكد

وجود عدد من المسؤولين في الإذاعة والتلفزيون مازالوا تحت تأثير تراث طويل من السيطرة الحكومية، ومن أمثلة ذلك ما لا حطناه من تحيز واضح لمرشح الحزب الوطني في التتويجات التي أذاعها الراديو والتلفزيون لتفعيل مشاركة المواطنين في الانتخابات، وتمثل ذلك في التشابه الكبير بين هذه التتويجات العامة وبين إعلانات الدعاية لمرشح الحزب الوطني في الراديو والتلفزيون، بحيث تصب هذه التتويجات في صالح دعاية مرشح الحزب الوطني، كذلك فإن العديد من البرامج الحوارية لم يخلو برنامج واحد منها من ممثل للحزب الوطني في حين تنوع ممثلو بقية الأحزاب الأخرى علي البرامج، فعلي القناة الأولى قدمت عدة حلقات من برنامج "ملف خاص" وفي كل حلقة تم استضافة ممثل للحزب الوطني ي حين لم يدعي سوى عدد محدود من ممثلي الأحزاب الأخرى، بل هناك أحزاب لم تمثل تماما في هذه الحلقات، وتكررت الظاهرة ذاتها في برنامج "حالة حوار" وظهر الانحياز الواضح في حلقاته التي قدمت مساء يوم الانتخاب^(٣٦) حين تم تخصيص الحلقة بالكامل لحوار مع مرشح الحزب الوطني.

وعلي القناة الثانية ظهر التحيز بوضوح في برنامج "البيت بيتك" حين تعتمد أحد مقدمي البرنامج إخراج عدد من المرشحين أو تقديمهم بصورة تسيء إليهم عند ناخبهم.

وفي الإذاعة استمر البرنامج العام في تقديم برنامج "حوار مع خطاب السيد الرئيس" والذي تضمن دعاية مباشرة لمرشح الحزب الوطني.

ورغم هذه الملاحظات السلبية فقد ظل الطابع العام للتغطية الإذاعية والتلفزيونية مقبولا إلي حد ما من المتابعين الذين كانوا يتوقعون ممارسة أقل موضوعية وتوازنا بفعل تخوفهم من تأثيرات التراث الطويل من السيطرة الحكومية علي الإعلام الإذاعي والتلفزيوني.

٥- لقد تميز النظام الإعلام المصري في السنوات الأخيرة بفعل متغيرات محلية وعالمية وتكنولوجية بقدر من المرونة سمح بظهور القنوات الفضائية الخاصة المملوكة لمصريين، وقد تمثلت تلك المرونة في تجاوز نصوص القانون الذي يعطي لاتحاد الإذاعة والتلفزيون وحده حق احتكار البث الإذاعي والتلفزيوني في مصر، وذلك حين تم إطلاق القمر الصناعي المصري نايل سات، وأبدي عدد من المصريين رغبتهم في إنشاء قنوات فضائية تبث من النايل سات، فتمت الموافقة لهم، وكانت الحجة التي تم الاستناد إليها في إصدار الموافقة، أن قانون الاتحاد صدر في وقت لم يكن ظهر فيه البث الفضائي، وبالتالي فهذا القانون يسري على البث الأرضي ولا يمتد أثره إلى البث الفضائي.

وبذلك ظهرت قناتي دريم والمحور وغيرهما من الفضائيات المصرية، ويلاحظ بشكل عام أن هاتين القناتين رغم كونهما ملكية خاصة إلا أنهما يتشابهان كثيرا مع القنوات الأرضية الحكومية مع اتساع طفيف في هامش الحرية.

والمتابع المدقق لمواقف هاتين القناتين من الانتخابات الرئاسية سوف يتبين تأييدهما لمرشح الحزب الوطني بشكل واضح، وقد ظهر ذلك في عدم التوازن بين التغطية الإعلامية لمرشح الحزب الوطني وبقية المرشحين الآخرين للرئاسة، سواء في البرامج الحوارية أو الأحاديث التلفزيونية أو تغطية اللقاءات الجماهيرية للمرشحين، وقد تميزت قناة دريم بقيادة الحملة الدعائية لمرشح الحزب الوطني.

المعالجة الإعلامية للانتخابات البرلمانية

يوجد اختلاف جوهري بين الانتخابات الرئاسية والانتخابات البرلمانية، فالأولي تتعامل مع دائرة واحدة هي مصر كلها، وعشرة متنافسين، في حين أن الثانية تتعامل مع (٢٢٢) دائرة تنتشر في القطر كله بمدنه وقراه، لذلك كان من الطبيعي أن تلعب وسائل الاتصال الجماهيرية من صحافة وإذاعة وتلفزيون الدور الرئيسي في التغطية الإعلامية للانتخابات الرئاسية، في حين أصبح الاتصال المباشر: الشخصي والجمعي هو الأكثر فعالية في الانتخابات البرلمانية.

وقد تبين أنه من السهل وضع قواعد نمطية لتغطية وسائل الإعلام الجماهيرية للانتخابات الرئاسية، في الوقت الذي تؤكد فيه عدم القدرة على متابعة تطبيق هذه القواعد على الاتصال المباشر.

كذلك يتبين صعوبة قيام الإعلام الإذاعي، والتلفزيوني المركزي بالتغطية الإعلامية لهذا الكم الهائل من الدوائر الانتخابية وإعداد المرشحين الذين زادوا على خمسة آلاف مرشح، لذلك تم حل هذه المعضلة بجعل الإعلام المركزي من القاهرة مختصاً بتغطية برامج الأحزاب المشاركة في الانتخابات، وفيما عدا ذلك يترك للأعلام المحلي التعامل فيه مع المرشحين، ونظراً لكبر حجم القاهرة الكبرى بمحافظاتها الثلاث فقد أضيفت ساعتين لإرسال القناة الثالثة، وإنشاء قناة

معاونة هي قناة البرلمان، وذلك حتى لا تجور التغطية الإعلامية للانتخابات البرلمانية على الخدمات الأخرى التي تقدمها الشبكات الإذاعية والقنوات التلفزيونية الرئيسية للمستمعين والمشاهدين.

وسوف نتناول التغطية الإعلامية للانتخابات البرلمانية من خلال ثلاثة محاور الأول التغطية الصحفية للانتخابات البرلمانية والمحور الثاني: التغطية الإذاعية والتلفزيونية للانتخابات البرلمانية، والمحور الثالث: الاتصال المباشر ودوره في الانتخابات البرلمانية.

أولاً: الصحافة والانتخابات البرلمانية:

١- ما زال الاتصال المباشر هو النمط السائد في الدعاية الانتخابية والانتخابات البرلمانية، وهو تقليد أستمّر منذ قيام ثورة ٢٣ يوليو ١٩٥٢م حيث ظلت الانتخابات البرلمانية تعتمد في الأساس على الاتصال المباشر، فقد كان جميع المرشحين ينتمون في الغالب إلي التنظيم السياسي الواحد سواء كان الاتحاد القومي أو الاتحاد الاشتراكي. وكان دور الصحافة يقتصر علي متابعة الحدث الانتخابي نفسه أو الترويج للعملية الانتخابية.

وبعد عودة الأحزاب في عام نهاية السبعينيات من القرن الماضي وصدور العديد من الصحف الحزبية، بدأت الصحافة الحزبية تلعب دوراً أخذ يتزايد بالتدريج في الانتخابات البرلمانية مع تنامي دور الأحزاب في الحياة السياسية بشكل عام وفي الانتخابات البرلمانية بشكل خاص.

وفي السنوات الأخيرة تراجع دور الصحافة الحزبية في التأثير علي الانتخابات البرلمانية كنتيجة طبيعية لاضالة التمثيل الحزبي في البرلمان، بحيث وجدت أحزاب لم تنجح في إيصال ممثليها عنها إلي البرلمان، وفي كثير من الأحيان تفوق دور بعض الصحف الحزبية علي الأحزاب الي تمثلها حتى وصل

الأمر إلى القول بأن الأحزاب في مصر مجرد ظاهرة صحفية، وتقدم لنا نتائج الانتخابات البرلمانية الأخيرة أكبر دليل على ذلك.

٢- غابت الموضوعية وظهر التحيز واضحا من جانب غالبية الصحف القومية لصالح مرشحي الحزب الوطني الحاكم، وقد تمثل ذلك في إبراز المؤتمرات التي يعقدها الحزب لمناصرة مرشحيه وخاصة تلك التي يحضرها عدد من قيادات الحزب، كذلك ظهر التحيز في ضيق المساحات التي خصصتها هذه الصحف لمرشحي الأحزاب الأخرى أو المستقلين، ومن الأمثلة البارزة لهذه الممارسات قيام الأهرام^(٣٧) بإفساح مساحة كبيرة في الصفحة الأولى والصفحات الداخلية لمؤتمر انتخابي للحزب، وإبراز صور قادة الحزب وقد أفصحت الجريدة عن تأييدها لمرشحي الحزب الوطني في أكثر من مقال كتبه رئيس تحريرها، وشاركه في ذلك عدد من كتاب الجريدة في إعداد متتالية طوال فترة الانتخابات، كذلك نشر الأهرام^(٣٨) ملحقا مدفوع الثمن يتضمن برنامج الحزب الوطني في عشر صفحات، ولم تعامل بقية الأحزاب بالمثل، كذلك نشرت الأهرام تقارير صحفية متعددة أوجت إلى القراء بتوقعها فوز عدد كبير من مرشحي الحزب الوطني وخاصة رموزه وقياداته، ولم تفعل ذلك مع بقية المرشحين الذين ينتمون إلى الأحزاب الأخرى أو مع المستقلين.

كذلك فعلت جريدة الأخبار بمتابعتها لنشاطات مرشحي الحزب الوطني وإبراز مساهماتهم في خدمة دوائهم، ولم تقم بذلك مع المرشحين الآخرين، فقد نشرت^(٣٩) وقائع المؤتمر الانتخابي للحزب الوطني في المنوفية الذي حضره رئيس الوزراء وعدد من الوزراء لدعم مرشحي الحزب ونقلت تصريحاتهم المتضمنة دعايات صريحة لمرشحي الحزب الوطني.

أما صحيفة الجمهورية فإن تحيزها لمرشحي الحزب الوطني وخاصة وزراء الحزب ورموزه احتلت أماكن بارزة في صفحاتها الأولى وصفحاتها الداخلية وقدمت في أحد إعدادها^(٤٠) والأعداد التي تلت إنجازات وزراء الحزب المرشحين أمثال وزير الري ووزير المالية ووزير الإسكان ورئيس مجلس الشعب وغيرهم من المسؤولين في الحزب الوطني.

وكانت جريدة روز اليوسف اليومية أشد الصحف القومية تأييدا لمرشحي الحزب الوطني بشكل واضح ولم تبذل جهدا لإخفاء هذا التحيز ومن أمثلة ذلك نشرها حديثا مع الدكتور حسام بدرأوي احتل صفحة كاملة^(٤١).

أما الصحف التي تصدر عن الأحزاب المعارضة مثل الأهالي والعربي والوفد والغد فقد كان انحيازها لمرشحيها واضحا ومفهوما ويتسق مع دورها كصحف حزبية.

وتراوحت مواقف الصحف الخاصة بين تأييد بعض مرشحي الحزب الوطني ومعارضة البعض الآخر منهم، وكانت أكثر الصحف قربا من الموضوعية وعدم التحيز صحيفتي "المصري اليوم" و"نهضة مصر" وإن لم تخلو بعض أعدادهما من انحياز لبعض مرشحي الحزب الوطني.

٣- لم تراعي معظم الصحف القومية والحزبية وبعض الصحف الخاصة مبادئ احترام الخصوصية وعدم الطعن في سلوك المرشحين أو أخلاقهم، كما لم يلتزم بعضها بعدم استخدام الألفاظ غير اللائقة، فقد شنت معظم الصحف القومية هجوما عنيفا ضد ممثلي التيار الديني من جماعة الإخوان المسلمين وكذلك المرشحين عن حزب الغد ورئيسه، وقد غالت في ذلك صحفية روز اليوسف اليومية بالإضافة إلي مجلة روز اليوسف الأسبوعية، واستخدمت في ذلك كافة الفنون الصحفية من أخبار وتحقيقات وأحاديث ومقالات رأي، ونشرت جريدة روز اليوسف

اليومية^(٤٢) خبراً علي صفحتها الأولى تهاجم الإخوان تحت عنوان "انتهازية سياسية" وفي عدد آخر^(٤٣) اتهمت الجريدة مرشحي الإخوان بعنوان "الفاشست"، والغريب أن جريدة الأهرام^(٤٤) الرصينة شاركت في الحملة علي الإخوان في أكثر من عدد وكان أشدها ما كتبه رئيس تحرير الأهرام في مقاله الافتتاحي تحت عنوان "الفتنة الانتخابية".

وشاركت جريدتي الأخبار والجمهورية ومجلة المصور في الحملة علي الإخوان واتهمتهم باستغلال الدين في المعركة الانتخابية.

ومارست الصحف الحزبية نفس الأسلوب ولكن بالطعن في الحزب الوطني ومرشحيه، فجريدة الوفد تنشر^(٤٥) تقريراً بعنوان "سقوط رموز الفساد في الحزب الوطني" وامتألت مانشئات جريدة الغد بالطعن في مرشحي الحزب الوطني، حيث تنشر علي سبيل المثال^(٤٦) تقريراً بعنوان "اعتداء بلطجية الحزب الوطني علي أحدي عضوات حزب الغد" وتزداد قسوة جريدة الحزب الناصري في الطعن في قيادات الحزب الوطني، ومن ذلك ما نشرته^(٤٧) بعنوان "حروب السلاح" والمخدرات والبيزنس التي أشعلها الشاذلي وعز وكامل في محافظة السويس "أما جريدة الكرامة^(٤٨) فقد اتهمت مرشحي الحزب الوطني بالبلطجة وأطلقت عليهم "حيثان الوطني" واتهمتهم بإنفاق ٣٠ مليار لسرقة البرلمان.

٤- وفي مناخ الهجوم علي مرشحي الإخوان المسلمين، تم اتهامهم من قبل بعض الصحف القومية بالترويج للعنف واستخدام الشعارات الدينية وتعريضهم للوحدة الوطنية للخطر، وفي المقابل اتهمت صحف المعارضة مرشحي الحزب الوطني بالبلطجة والترويج للعنف وأيضاً استخدام الشعارات الدينية وهو الأمر الذي يؤكد أن الجانبين: مرشحي الحزب الحاكم والمعارضة لم يلتزموا بمبدأ عدم الترويج للعنف أو التهديد به والالتزام بعدم استخدام الشعارات الدينية وعدم نشر ما يتضمن تحريضاً أو يمس النسيج الوطني وتماسكه.

٥- لم يتم احترام مبدأ عدم الخلط بين الإعلام والإعلان فقد نشرت معظم الصحف القومية والحزبية والخاصة إعلانات تحريرية عن بعض المرشحين بدون أو ترافقها رموز تبين إنها إعلانات مدفوعة الثمن، ويبرز في هذا المجال ما نشرته الأهرام أكثر من مرة عن محمد مرشدي مرشح دائرة المعادي وطره والبساتين، وما نشرته جريدة الأسبوع عن المرشح المستقل أكمل قرطام.

ثانياً: الراديو والتلفزيون والانتخابات النيابية:

١- يلاحظ تركيز التغطية الإذاعية والتلفزيونية علي أهمية التفعيل والمشاركة السياسية للمواطنين في الانتخابات البرلمانية وطرح مجموعة القضايا والمشكلات الموضوعية علي أجندة البرلمان القادم، مع الابتعاد تماماً عن تأييد أو معارضة مرشح بعينه، مقابل إتاحة الفرصة للأحزاب للتعبير عن وجهات نظرهما وبرامجها الانتخابية والقضايا المتعلقة بالسياسات العامة لكل حزب في البرامج الحوارية ومن خلال الأوقات المخصصة للأحزاب في الراديو والتلفزيون وفي الحقيقة فإن التلفزيون لم يكن موفقاً في تغطية أحداث الانتخابات البرلمانية، وكان مستوى الحوار ضعيفاً، ولم يحسن اختيار الشخصيات المناسبة إلي دعاها للمشاركة في برامجه الحوارية، والسبب الرئيسي لذلك كله أنه كان يريد أن يبدوا للمشاهدين جهازاً موضوعياً وغير متحيز، في الوقت الذي كانت تحركه رغبة محمومة في الانتصار للحزب الحاكم ومرشحيه، لذلك سرعان ما كشف التلفزيون عن تحيزه الصارخ بعد مرور أيام قلائل علي بدء المرحلة الأولى للانتخابات، وخاصة بعد بروز مرشحي الإخوان المسلمين.

٢- إن معالجة التلفزيون القضية الإخوان المسلمين وظهورهم القوي في

الانتخابات البرلمانية افتقدت الموضوعية، وأضررت بسمعة التلفزيون بشكل عام، وقضت علي القدر الذي حققه من المصداقية لدي جمهور المشاهدين في الانتخابات الرئاسية، والغريب أن التلفزيون لم يستفد من هذا التحيز، فقد أحدثت برامجه الموجهة ضد الإخوان نتائج عكسية، وهو أمر بات معروفاً لدارسي الإعلام وممارسيه، فقد أصبح المواطن الآن سواء كان قارئاً أو مستمعاً أو مشاهدا يرفض الدعاية المباشرة أو التوجيه الصريح، والجديد في الأمر أن المتلقي لم يعد يكتفي برفض ما يراد فرضه عليه من آراء أو أفكار بل صار يتصرف عكس ما يملئ عليه تماماً، وقد أكدت البحوث الإعلامية الحديثة إن الإعلام الموجه لم يعد يشارك في التنمية الوطنية، بل أصبح دافعا لمزيد من التخلف.

وبناء علي ذلك فإن الحملة الإعلامية ضد الإخوان ساهمت في إبرازهم ونجاح أكبر عدد من مرشحيهم وهو ما يفسر ما نتج عن قيام برنامج "حالة حوار"^(٩) في القناة الأولى بإذاعة حلقة خاصة ليلة الانتخابات امتلأت بالطعن الشديد في الإخوان المسلمين دون أن نتاح لأي منهم فرصة المشاركة في البرنامج أو الرد علي الاتهامات.

وقد تكرر الأمر مع ذات البرنامج في ليلة الإعادة وقبيل انتخابات المرحلة الثانية، والمرحلة الثالثة وفي كل مرة كان يأتي بنتائج عكسية ولم يتعلموا الدرس إلا أخيراً فتوقفوا عن إذاعة حلقة جديدة مشابهة من البرنامج قبيل الإعادة في انتخابات المرحلة الثالثة...!

ونفس الممارسة الخاطئة جرت ولكن بشكل غير مباشر في برنامج البيت بيتك في القناة الثانية.

٣- تجاهل الإعلام الإذاعي والتلفزيوني تغطية أحداث العنف والبلطجة التي سادت المعركة الانتخابية بمراحلها الثلاثة، ولم يشر إليها إلا في بعض

برامجه الحوارية، وكان هذا الإعلام قادرا أن يحجم من الظاهرة لو قام بمتابعتها إخباريا وقام بفضح من يشاركون فيها أو يشجعون عليها وإنما أكتفى بدور المتفرج فساعد علي ذبوع هذه الممارسات السلبية.

٤- وقد تكرر التجاهل مع ظاهرة أخرى وهي استخدام سلاح المال والرشاوى الانتخابية باستثناء حالة واحدة قام فيها برنامج ملف خاص بإذاعة تقرير قصير عن ظاهرة الرشاوى الانتخابية لاقى استحسانا من كافة المشاهدين، ولو استمر التلفزيون في إذاعة مثل هذه التقارير التي تكشف الممارسات السلبية في الانتخابات لساعد كثيرا في القضاء عليها أو علي الأقل تقليلها أو الحد منها.

٥- لقد حملت الشبكات الإذاعية المحلية والقنوات التلفزيونية المحلية بمسؤولية إتاحة الفرصة للمرشحين في المحافظات للظهور والتحدث لمدة ثلاثة دقائق، وقد تبين في التجربة العملية عدم وجود الإمكانيات البشرية والفنية القادرة علي القيام بهذه المهمة لذلك فقد كان من المهم توفير الإمكانيات اللازمة لهذه الشبكات والقنوات قبل الالتزام أمام الرأي العام بهذه المهمة التي لم يتحقق منها الكثير.

٦- تبين أن فكرة إنشاء قناة خاصة لتغطية الانتخابات البرلمانية، غير عملية وغير مفيدة ولا تحقق الهدف الذي أنشأت من أجله وهو تفعيل مشاركة المواطنين وزيادة اهتمامهم بمتابعة العملية الانتخابية، وكان الأفضل توزيع التغطية الإعلامية للانتخابات علي كافة الشبكات والقنوات الرئيسية والمحلية لضمان وصولها إلي المستمعين والمشاهدين بدلا من إنشاء قناة متخصصة لن يشاهدها سوي عدد قليل من المواطنين في ظل تنوع وتعددية الإعلام الإذاعي والتلفزيوني الأرضي والفضائي.

٧- لقد فقد الإعلام الإذاعي والتلفزيوني فرصة تحقيق سبق إعلامي في

إذاعة نتائج الانتخابات البرلمانية نتيجة التزامه بعدم التطرق إلى النتائج إلا بعد إعلانها رسمياً من المتحدث الرسمي باسم اللجنة العليا للانتخابات أو رئيس اللجنة وزير العدل، وفي التطبيق العملي فقد كان الراديو والتلفزيون يذيع النتائج بعد أن عرفها الناس من الصحف ومن الإذاعات والقنوات الفضائية العربية.

ثالثاً: الاتصال المباشر والانتخابات البرلمانية:

١- تبين أن الاتصال المباشر بنمطية الشخصي والجمعي هو الأكثر تأثيراً في التغطية الإعلامية للانتخابات البرلمانية بسبب نظام الانتخاب الفردي وضعف الانتماء الحزبي.

٢- لوحظ غياب أي نوع من الالتزام بضوابط ومبادئ التغطية الإعلامية في الإعلام المباشر، حيث ساد الطعن المتبادل في سمعة المرشحين وأخلاقياتهم، واستخدمت بكثرة الألفاظ والعبارات غير اللائقة والتي وصل بعضها إلى مرحلة "الشتائم" وقد اقتحمت خصوصية بعض المرشحين، كما أطلقت ضدهم العديد من الاتهامات التي تمس الشرف والنزاهة.

٣- تم استخدام سلاح الإشاعة بكثرة في الانتخابات البرلمانية من أجل التأثير في الانتخابات، واتهم البعض بالعمالة لدولة أجنبية، واتهم البعض الآخر بالحصول على أموال من دول عربية تريد التأثير في الانتخابات.

٤- استخدم سلاح المال أو التلويح به لجذب اهتمام بعض المواطنين وأعتبر بعض المرشحين أن سلاح المال أداة لكسب المزيد من الأصوات.

٥- تم استخدام الشعارات الدينية بكثرة في الملصقات والمنشورات في العديد من الدوائر ومن مرشحي مختلف الاتجاهات والأحزاب والمستقلين.

ضعف المشاركة الشعبية

من المهم الاعتراف بضعف مشاركة المواطنين المصريين في الانتخابات بكافة مستوياتها، ويمكن أن نؤكد ذلك من خلال استعراض عدد من الأرقام التي تبين ضعف هذه المشاركة، فقد بلغ عدد المواطنين الذين لهم حق التصويت في الانتخاب حوالي ٣٢ مليوناً من بين حوالي ٧٢ مليون كما يشير آخر تعداد لعدد السكان في مصر، أي بنسبة لا تزيد عن ٤٤%، فإذا ما علمنا بأن عدد الذين شاركوا في الانتخاب الأخير لرئيس الجمهورية بلغ حوالي ٧ مليون ناخب، أي حوالي ٢٢% ممن لهم حق التصويت، وحوالي ٩,٧% من مجموع الشعب المصري!

ولنأخذ مثلاً آخر لمستوي مساهمة قوة أساسية من قوي الشعب المصري وهي المرأة وهي تمثل حوالي نصف عدد سكان مصر، فقد بلغت نسبة تمثيلها في مجلس الشعب الأخير ٢,٤% وفي مجلس الشورى ٧,٥% وفي المجالس المحلية ١,٧%، علماً بأن جميع عضوات مجلس الشورى من المعينات، وفي الانتخابات الأخيرة لمجلس الشورى لم يقد أي حزب من أحزابنا بما فيهم الحزب الحاكم بترشيح أية سيدة لعضوية المجلس.

لذلك فإن أية محاولة لتفعيل مشاركة المواطنين في الانتخابات لابد أن تبدأ بتوصيف دقيق لمعوقات هذه المشاركة وأهمها من وجهة نظرنا، ارتفاع معدل الأمية بين الرجال والنساء وبين النساء أكثر، وضعف الحياة السياسية والذي يتمثل في قلة تأثير الأحزاب السياسية بسبب القيود التي تعوق حركتها واعتمادها

علي صحيفة الحزب وحدها في الاتصال ب جماهيرها وكثرة الخلافات داخل الأحزاب مما جعل منها؟ ظاهرة كلامية عاجزة عن الفعل السياسي المؤثر في الشارع المصري، وغياب التنشئة السياسية للأجيال الشابة في المؤسسات التعليمية، وهو الأمر الذي رسخ من ثقافة السلبية وعدم المبالاة وضعف الانتماء السياسي وعدم التصدي الفعال للقضاء علي ظاهرة استخدام عنصر المال في العملية الانتخابية، وعدم التصدي الفعال لاستخدام العنف والبلطجة وبعض الأساليب غير المشروعة في الضغط علي الناخبين أو إرهابهم وتخويفهم منهم من التصويت للمرشح الذي يريدونه ويضاف إلي ذلك كله وجود العديد من المعوقات الإدارية التي لا تشجع المواطنين والمواطنات علي استخراج البطاقة الانتخابية أو الحصول عليها، وعلي سبيل المثال فإنه وفقا لقانون مباشرة الحقوق السياسية فإنه يسجل في جداول الانتخابات تلقائيا كل من بلغ السن القانونية من الرجال أو النساء وتوافرت له الأهلية القانونية، غير أنه يستلزم استخراج بطاقة انتخابية من الدائرة المقيد بها المواطن بشرط وجود بطاقة شخصية وأن يكون محل الإقامة الثابت بالبطاقة تابعا للدائرة التي يستخرج منها بطاقة الانتخابات وقد ظهر في هذا الإطار عدة معوقات رصدتها العديد من جمعيات المجتمع المدني التي تعمل في هذا المجال.

وتعاني المرأة أكثر من الرجل من هذه المعوقات وعلي سبيل المثال تزيد نسبة سواقط القيد بين النساء حيث تهمل العديد من الأسر الريفية تسجيل الإناث من المواليد، الأمر الذي يعيق قدرة هؤلاء النساء علي استخراج بطاقة شخصية قبل الخوض في إجراءات معقدة لقيد أنفسهن في سجل المواليد، وتتعد المشكلة في كثير من الأحيان أمام النساء الأتي تزوجن وانتقلن للحياة مع أزواجهن في مناطق جغرافية أخرى تبتعد في بعض الأحيان مئات الكيلو مترات عن مكان ولادتهن الأمر الذي يجعل استكمال الإجراءات واستخراج الأوراق الرسمية مسألة غاية في الصعوبة خاصة إذا ما كانت معظم هؤلاء النسوة فقيرات لا يتحملن تكاليف الانتقال من مكان الإقامة إلي مكان الميلاد.

وفي حالة توافر بطاقة شخصية مع المرأة فإنه عادة ما يكون محل الإقامة المسجل بها هو محل الميلاد، ولا يتم تغير البيان عند انتقالها للإقامة مع زوجها في مكان آخر، الأمر الذي يعيق عملياً قدرتها علي المشاركة في الدائرة الانتخابية المرتبطة بمحل إقامتها الحالي إلا بعد تجاوز سلسلة من الإجراءات الطويلة والمعقدة لنقل قيدها من محل ميلادها إلي محل إقامتها مع الزوج.

كذلك فإن وجود مكاتب السجل المدني داخل أقسام الشرطة وهو الأمر الذي يسبب رهبة لدي النساء اللاتي لا يرغبن في الذهاب للمكان.

ويلاحظ سوء استخدام وسائل الإعلام في العملية الانتخابية ومن خلال عدم أتاحه فرص كافية للقوي السياسية للتعبير عن آرائها، وأيضاً من خلال سطوة رأس المال وسيطرته علي بعض وسائل الإعلام، إضافة إلي أشرف الحكومة علي وسائل الإعلام المملوكة للدولة، بما يصعب من إتاحة الفرص المتوازنة والعادلة بين كافة المرشحين.

ويضاف إلي ذلك عدم الاهتمام الكافي من وسائل الإعلام لتوعية المواطن العادي بأهمية المشاركة السياسية عن طريق نشر ثقافة الانتخاب، بحيث يفهم المواطن العادي ما هو الفرق بين القائمة النسبية والانتخاب الفردي وما المقصود بالمجمع الانتخابي، وما هي الرقابة الدولية علي الانتخابات، وما مبرراتها؟ ومن يرفضونها؟ وما الفروق الجوهرية بين برامج الأحزاب في القضايا الأساسية التي تهم المواطن، وغيرها من القضايا التي يساعد فهمها علي تفعيل مشاركة المواطنين في الحياة السياسية ولقد أثبتت تجربة الانتخابات الرئاسية والنيابية ضرورة إجراء إصلاح إعلامي حقيقي يتمشي مع تطور النظام السياسي المصري في طريق توسيع مساحة الديمقراطية.

أن الدرس الرئيسي الذي نخرج به من متابعة المعالجة الإعلامية للانتخابات الرئاسية والبرلمانية يقوم علي الاعتقاد بأن الأوضاع الإعلامية في مصر لم تعد ملائمة لما حدث من تغير في النظام السياسي المصري باعتماد التعددية الحزبية واختيار رئيس الجمهورية بالانتخاب الحر المباشر، ذلك أن بقايا الطابع

السلطوي في النظام الإعلامي المصري أصبحت تتناقض مع ما استحدث من تغييرات سياسية رغم محدوديتها، وهو الأمر الذي يتطلب التخلص من بعض السمات السلطوية في النظام الإعلامي المصري، والسبيل إلى ذلك هو العمل على إيجاد صيغة جديدة لنمط الملكية في الصحافة القومية يتيح لهذه الصحافة الاستقلال عن سلطات الدولة الأخرى وبالذات السلطة التنفيذية ممثلة في الحكومة والسلطة التشريعية ممثلة في مجلس الشورى، ذلك أن مفهوم السلطة في المجتمع الديمقراطي الحديث لم يعد قاصراً على السلطات الثلاث التقليدية: التنفيذية والتشريعية والقضائية، وإنما أصبح المفهوم يضم سلطات أخرى في المجتمع تشارك في اتخاذ القرار بشكل مباشر أو غير مباشر مثل الأحزاب السياسية وال النقابات ومنظمات المجمع المدني والرأي العام ووسائل الإعلام، ولم يعد مقبولا أن تملك سلطة تشريعية أو شبه تشريعية مثل مجلس الشورى سلطة أخرى في المجتمع وهي سلطة الصحافة.

وفي الوقت نفسه لابد من التخلص من كافة القيود والمعوقات التي تحول دون المواطنين الأفراد وحق إصدار وتملك الصحف باعتباره حق طبيعي من حقوق المواطن.

كذلك من الضروري العمل على الفصل بين مفهوم ملكية الدولة للإعلام الإذاعي والتلفزيوني وبين سيطرة الحكومة على هذا الإعلام، ضمانا لاستقلاله، والسماح للقطاع الخاص بحق البث الأرضي وفق ضوابط المسؤولية الاجتماعية للإعلام، مع تفعيل موانئ الشرف الصحفية والإذاعية لضمان التوازن بين حرية وسائل الإعلام وبين مسؤولياتها تجاه المجتمع.

وأخيراً فإن الإعلام المصري يمكن أن يقوم بدور إيجابي وفعال في تغطية العمليات الانتخابية، ولكن هذا الدور يرتبط بإحداث إصلاح إعلامي وديمقراطي حقيقي.

هوامش الفصل السابع

- 1- Mill. John Stuart: On liberty. Oxford Press london. 1959, p.p. 72- 78.
- 2- Lpest. Seymour: Political Man. Heineman. Londo. n1998, p.p. 218- 222.
- 3- Laski. Harold: The Rise of European Liberalism. Unwin Books. London. 1962. p.p., 82- 89.
- 4- Heil. Faster: Communication In History. 3rd Edition. The Macmilan Company. New york., 2003. p.p., 220- 227.
- 5- Row. Koland: Communication And Change. Heineman. London., 2003, p.p., 63- 68.
- 6- Evans. Harold: Liberty and Licence. Heineman. London. 3rd Edition. 2002, p.p., 117- 119.
- 7- Walter Raymond: Dictionary of polictics. Oxford Press. London. New york. 1997. p.p. 82- 87.
- 8- International Encyclopedia of Social Sciences. The Macmilan Company. London. New york., 2001- p.p. 217- 223.
- 9- Altschull. J. Herbert: Agents of power. 3rd Edition. Longman Communication Books. New york. London, 2003, p.p, 136- 139.

١٠- في يوم ٢٥ مايو جري الاستفتاء علي تعديل المادة ٧٦ من الدستور، وإضافة مادة برقم ١٩٢ مكررا إلي الدستور بحيث "ينتخب رئيس الجمهورية عن طريق الاقتراع السري العام المباشر" وفي اليوم التالي مباشرة أصدر رئيس الجمهورية التعديل، ونشر بالجريدة الرسمية في ذات اليوم.

وترتب علي تعديل المادة ٧٦ من الدستور، صدور عدد من القوانين والقرارات وإعلان المبادئ، اهتمت بوضع ضوابط قانونية ومعايير أخلاقية للتغطية الإعلامية للانتخابات الرئاسية والبرلمانية.

١١- قانون رقم ١٧٤ لسنة ٢٠٠٥ بتنظيم الانتخابات الرئاسية:

عالج هذا القانون التغطية الإعلامية للانتخابات الرئاسية في ست مواد، بدء من المادة رقم (٢٠) وحتى المادة رقم (٢٥) وذلك علي النحو التالي:-

مادة (٢٠): تكون الحملة الانتخابية اعتباراً من بدء الثلاثة أسابيع السابقة علي التاريخ المحدد للاقتراع وحتى قبل يومين من هذا التاريخ، وفي حالة انتخابات الإعادة تبدأ من اليوم التالي لإعلان نتيجة الاقتراع وحتى الساعة الثانية عشرة ظهر اليوم السابق علي التاريخ المحدد للاقتراع في انتخابات الإعادة، وتحظر الدعاية الانتخابية في غير هذه المواعيد بأي وسيلة من الوسائل.

وتتضمن الدعاية الانتخابية الأنشطة التي يقوم بها المرشح ومؤيدوه، وتستهدف إقناع الناخبين باختياره، وذلك عن طريق الاجتماعات المحدودة والعامة، والحوارات، ونشر وتوزيع مواد الدعاية الانتخابية، ووضع الملصقات واللافتات، واستخدام وسائل الإعلام المسموعة والمرئية والمطبوعة والإلكترونية، غيرها من الأنشطة التي يجيزها القانون أو القرارات التي تصدرها لجنة الانتخابات الرئاسية.

مادة (٢١): يجب الالتزام في الدعاية الانتخابية بأحكام الدستور والقانون وقرارات اللجنة والقواعد الآتية:

١- عدم التعرض لحرمة الحياة الخاصة لأي من المرشحين.

٢- الالتزام بالمحافظة علي الوحدة الوطنية، والامتناع عن استخدام الشعارات الدينية.

٣- الامتناع عن استخدام العنف أو التهديد باستخدامه.

٤- حظر تقديم هدايا أو تبرعات أو مساعدات نقدية أو عينية أو غير ذلك من المنافع أو الوعد بتقديمها سواء كان ذلك بصورة مباشر أو غير مباشرة.

٥- حظر استخدام المباني والمنشآت ووسائل النقل والانتقال المملوكة للدولة أو لشركات القطاع العام وقطاع الأعمال العام في الدعاية الانتخابية بأي شكل من الأشكال.

٦- حظر استخدام المرافق العامة ودور العبادة والمدارس والجامعات وغيرها من مؤسسات التعليم العامة والخاصة في الدعاية الانتخابية.

٧- حظر أنفاق الأموال العامة وأموال شركات القطاع العام وقطاع الأعمال العام في أغراض الدعاية الانتخابية.

مادة (٢٢): تلتزم وسائل الإعلام المرئية والمسموعة المملوكة للدولة بتحقيق المساواة بين المرشحين في استخدامها لأغراض الدعاية الانتخابية. وتختص لجنة الانتخابات الرئاسية بتقرير ما تراه من تدابير عند مخالفة حكم هذه المادة.

مادة (٢٣): يجب أن يتضمن ما تذيعه أو تنشره وسائل الإعلام من استطلاعات للرأي حول الانتخابات الرئاسية، المعلومات الكاملة عن الجهة التي قامت باستطلاعات للرأي، الجهة التي تولت تمويله، والأسئلة التي أشتمل عليها، وحجم العينة ومكانها، وأسلوب إجرائه وطريقة جمع بياناته، وتاريخ القيام به، ونسبه الخطأ المحتملة في نتائجه.

ويحظر نشر أو إذاعة أي من هذه الاستطلاعات خلال السبعة أيام السابقة علي اليوم المحدد للاقتراع وحتى انتهائه.

مادة (٢٤): يكون الحد الأقصى لما ينفقه كل مرشح في الحملة الانتخابية

عشرة ملايين جنيه ويكون الحد الأقصى للإنفاق في حالة انتخابات الإعادة مليوني جنيه.

مادة (٢٥): يحصل كل مرشح لرئاسة الجمهورية علي مساعدة مالية من الدولة تعادل خمسة في المائة من قيمة الحد الأقصى للأموال التي يجوز إنفاقها في الحملة الانتخابية، ومساعدة تعادل اثنين في المائة من هذه القيمة في حالة انتخابات الإعادة.

١٢ - ١٢- قرار لجنة الانتخابات الرئاسية رقم (٣) لسنة ٢٠٠٥ بالقواعد المنظمة لحملات الدعاية الانتخابية:

وقد وافقت اللجنة علي هذا القرار بجلستها المنعقدة في ٢٤/٧/٢٠٠٥ ونشر بالجريدة الرسمية في ٢٥/٧/٢٠٠٥، وقد تناول القرار تحديد القواعد المنظمة لحملات الدعاية الانتخابية في خمسة عشر مادة علي النحو التالي:

مادة (١): لكل مرشح حق التعبير عن نفسه/ والقيام بأي نشاط يستهدف إقناع الناخبين باختياره، والدعاية لبرنامج الانتخابي وذلك عن طريق الاجتماعات المحدودة والعامة، والحوارات ونشر وتوزيع مواد الدعاية الانتخابية، ووضع الملصقات واللافتات، واستخدام وسائل الإعلام المسموعة والمرئية والمطبوعة والإلكترونية وغيرها من الأنشطة وذلك بحرية تامة في إطار الضوابط والقواعد الواردة في الدستور، وقانون تنظيم الانتخابات الرئاسية المشار إليه، ووفقا لهذا القرار.

مادة (٢): يتعين الالتزام في الدعاية الانتخابية بالقواعد الآتية:

أولاً: عدم التعرض لحرمة الحياة الخاصة لأي من المرشحين.

ثانياً: الالتزام بالمحافظة علي الوحدة الوطنية، والامتناع عن استخدام الشعارات الدينية.

ثالثاً: الامتناع عن استخدام العنف أو التهديد باستخدامه.

رابعاً: حظر تقديم هدايا أو تبرعات أو مساعدات نقدية أو عينية أو غير ذلك من المنافع أو الوعد بتقديمها سواء كان ذلك بصورة مباشرة أو غير مباشرة.

خامساً: حظر استخدام المباني والمنشآت ووسائل النقل والانتقال المملوكة للدولة أو لشركات القطاع العام وقطاع الأعمال في الدعاية الانتخابية بأي شكل من الأشكال.

سادساً: حظر استخدام المرافق العامة ودور العبادة والمدارس والجامعات وغيرها من مؤسسات التعليم العامة والخاصة في الدعاية الانتخابية.

سابعاً: حظر إنفاق الأموال العامة وأموال شركات القطاع العام وقطاع الأعمال في أغراض الدعاية الانتخابية.

مادة (٣): ترأب لجنة الانتخابات الرئاسية ما تقوم به وسائل الإعلام المرئية والمسموعة المملوكة للدولة لأغراض الدعاية الانتخابية في سبيل تحقيق المساواة بين المرشحين في استخدام تلك الوسائل، لها تقرير ما تراه من تدابير عند مخالفة ذلك.

مادة (٤): تبدأ الحملة الانتخابية اعتباراً من يوم الأربعاء ٢٠٠٥/٨/١٧ وتنتهي يوم الأحد ٢٠٠٥/٩/٤ وفي حالة انتخابات الإعادة تبدأ من اليوم التالي لإعلان نتيجة الاقتراع وحتى الساعة الثانية عشرة ظهر يوم الجمعة ٢٠٠٥/٩/١٦.

مادة (٥) استطلاعات الرأي التي تذييعها أو تنشرها وسائل الإعلام حول الانتخابات الرئاسية يجب أن تتضمن المعلومات الكاملة عن الجهة التي قامت بها، والجهة التي تولت تمويلها، والأسئلة التي اشتملت عليها، وحجم العينة ومكانها، وأسلوب إجرائها، وطريقة جمع بياناتها، وتاريخ القيام بها، ونسبة

الخطأ المحتملة في نتائجها، ويحظر نشر أو إذاعة أي من هذه الاستطلاعات خلال السبعة أيام السابقة علي اليوم المحدد للاقتراع وحتى انتهائه.

مادة (٦): يكون الحد الأقصى لما ينفقه كل مرشح في الحملة الانتخابية عشرة ملايين جنية، ويكون الحد الأقصى للإنفاق في حالة انتخابات الإعادة مليوني جنية.

مادة (٧): يحصل كل مرشح لرئاسة الجمهورية علي مساعدة مالية من الدولة تعادل خمسة في المائة من قيمة الحد الأقصى للأموال التي يجوز إنفاقها في الحملة الانتخابية، ومساعدة تعادل اثنين في المائة من هذه القيمة في انتخابات الإعادة.

مادة (٨): يجوز للمرشح تلقي التبرعات النقدية أو العينية من الأشخاص الطبيعيين من المصريين، ومن الحزب الذي رشحه، علي ألا يجاوز التبرع من أي شخص طبيعي اثنين في المائة من الحد الأقصى للإنفاق في الحملة الانتخابية.

مادة (٩): لا يجوز تلقي أي مساهمات، أو دعم نقدي، أو عيني، للحملة الانتخابية من أي شخص اعتباري، مصري أو أجنبي، أو من أي دولة أو جهة أجنبية أو منظمة أو أي جهة يساهم في رأسمالها شخص أجنبي، أو من شخص طبيعي أجنبي.

مادة (١٠): يلتزم كل مرشح قبل بداية الحملة الانتخابية، أن يفتح حسابا بالعملية المصرية، يخصص لتلك الحملة، في بنك مصر، أو البنك الأهلي، أو بنك الإسكندرية. ويخطر المرشح للجنة برقم الحساب، والفرع المودع فيه الحساب.

مادة (١١): يلتزم المرشح بأن يودع في حساب جملته الانتخابية ما تلقاه من

تبرعات، بما حصل عليه من مساعدة مالية من الدولة، وما يخصصه من أموال للحملة.

وعلي المرشح خلال الخمسة أيام التالية لإيداع الأموال، أو لصرفها تقديم بيان تفصيلي إلى اللجنة بمصادر تمويل حملته، ومقدار التبرعات التي حصل عليها، وأسماء المتبرعين، وأوجه الإنفاق، مدعماً بالمستندات الدالة على ذلك ولا يجوز الإنفاق على الحملة الانتخابية من خارج هذا الحساب.

مادة (١٢): تخضع حسابات الحملات الانتخابية للمرشحين لمراجعة الجهاز المركزي للمحاسبات، علي أن يقدم تقريره للجنة الانتخابات الرئاسية خلال خمسة عشر يوماً من تاريخ إحالة هذه الحسابات إليه، ويراعي أن يشمل التقرير علي بيان الرصيد المتبقي في كل حساب وتوزيعه علي من ساهموا فيه، حسب نسب مساهمتهم.

مادة (١٣): يتم توزيع الرصيد المتبقي في حساب الحملة الانتخابية، علي من ساهموا فيه، بنسب مساهمتهم حسب ما يرد في تقرير الجهاز المركزي للمحاسبات، وذلك علي خطابات تصدر من اللجنة إلي البنوك.

مادة (١٤): علي المرشح أن يقدم إلي لجنة الانتخابات الرئاسية خلال خمسة عشر يوماً من تاريخ إعلان نتيجة الانتخاب بياناً يتضمن مجموع الإيرادات التي حصل عليها ومصدرها وطبيعتها، وما أنفقته منها علي الحملة وأوجه هذا الإنفاق وفي حالة عدم اعتماد اللجنة لهذا البيان بعد سماع أقوال المرشح وتحقيق دفاعه شفاهة أو كتابة، يلتزم بأن يرد إلي خزانة الدولة ما سبق أن حصل عليه من مساعدة مالية.

مادة (١٥): لكل مرشح أن يوكل من يقوم نيابة عنه بجميع الأعمال والإجراءات المتعلقة بجميع المسائل المالية، وذلك بموجب توكيل موثق بمعرفة أحد مكاتب التوثيق بمصلحة الشهر العقاري والتوثيق.

وعلي المرشح تقديم صورة رسمية من التوكيل للجنة الانتخابات الرئاسية.

١٣- إعلان مبادئ وقيم التغطية الصحفية للانتخابات الرئاسية الصادر عن المجلس الأعلى للصحافة

وافق المجلس الأعلى للصحافة علي إصدار هذا الإعلان بجلسته بتاريخ ١٩/٧/٢٠٠٥ والذي جاء - كما ذكر في مقدمة الإعلان - إدراكا من المجلس الأعلى للصحافة بحق المواطنين في معالجة صحفية موضوعية للانتخابات الرئاسية، وذلك بعد التعديل الدستوري الذي يكفل انتخاب رئيس الجمهورية بالاقتراع السري المباشر بين أكثر نم مرشح، وقد ضم الإعلان تسعة مبادئ وهي:

١- الحرص علي تحقيق أكبر قدر من الموضوعية في التغطية الصحفية بين المرشحين لمنصب الرئاسة مع الالتزام الأدبي بتخصيص مساحات لتغطية البرامج والمؤتمرات لكافة المرشحين إلي جانب الالتزام بتطبيق حق الرد والتصحيح تطبيقا لأحكام القانون، وعدم تأخير نشر التصحيح بما يضر بمصلحة المرشحين.

٢- الالتزام بنشر الأخبار الصحيحة حول الانتخابات وعدم الطعن في سلوك أحد المرشحين أو أخلاقه وعدم التعرض لحرمة الحياة الخاصة لأي من المرشحين، بقصد التأثير في نتيجة الانتخابات.

٣- الالتزام بالمحافظة علي الوحدة الوطنية والامتناع عن استخدام الشعارات الدينية وعدم الترويج لاستخدام العنف أو التهديد باستخدامه في العملية الانتخابية.

٤- عدم استغلال استطلاعات الرأي العام حول الانتخابات في التأثير علي المواطنين، والالتزام بما ورد بشأن هذه الاستطلاعات في المادة ٢٣ من القانون رقم ١٧٤ لسنة ٢٠٠٥ الخاص بتنظيم الانتخابات الرئاسية.

٥- مراعاة الصدق والدقة فيما يقدم من مواد وتقارير صحفية عن الانتخابات، وتوخي الإنصاف والتوازن وتجنب التحريف أو التشويه أو ذكر أنصاف الحقائق في التغطية الصحفية للانتخابات.

٦- التمييز بين المادة الإعلامية والمادة التحريرية في الإعلان الصحفي عن الانتخابات وذلك برموز واضحة أو بمسميات مباشرة وخاصة في الإعلانات التحريرية، علي ألا يتضمن الإعلان أية إساءة إلي المرشحين الآخرين والتأكيد علي امتناع الصحفي عن جلب الإعلانات بصفة عامة والإعلانات المتعلقة بالانتخابات بصفة خاصة.

٧- التمييز بوضوح بين ما هو خبر أو وقائع وبين ما هو رأي أو استنتاجات، وذلك التزاما بالتقاليد الصحفية التي تمنع خلط الرأي بالخبر.

٨- التأكيد علي حق الصحفي في الحصول علي المعلومات عن العملية الانتخابية وعدم وضع أية قيود أو عوائق تحول دون تأدية الصحفي عمله في تغطية النشاطات الانتخابية لأي من المرشحين.

٩- تأكيد الاحترام المتبادل بين الزملاء الصحفيين رغم اختلاف مواقفهم السياسية وانتماءاتهم الحزبية، والارتقاء بلغة الحوار والامتناع عن استخدام أية أساليب تؤدي إلي تشويه صورة الأسرة الصحفية أمام أبناء الوطن.

١٤- إعلان المبادئ والمعايير الموحدة للتغطية الإعلامية المسموعة والمرئية للانتخابات الرئاسية في الإذاعة والتلفزيون:

وقد قام بوضع هذه المبادئ والمعايير لجنة مختصة قام بتشكيلها رئيس مجلس الأمناء بقرار رقم ٦٠٤ لسنة ٢٠٠٥، وكلفها بوضع المبادئ والمعايير الموحدة

التي تحدد أشكال المعالجة الإعلامية للانتخابات الرئاسية والبرلمانية، وقد وافق مجلس الأمناء بجلسته بتاريخ ٢٠٠٥/٨/١٤ علي إصدار هذه المبادئ والمعايير، وذلك علي النحو التالي:-

الضوابط والمعايير:

- ١- التعريف بمرشحي الرئاسة وبرامجهم بشكل عادل ومتساو بحيدة كاملة.
- ٢- القيام بدور نشط في التنقيف السياسي والانتخابي بما يحقق المشاركة الإيجابية الواعية في الانتخابات.
- ٣- عدم السماح لجماعات الضغط - باختلاف إمكاناتها وأنشطتها - بالتأثير في التغطية الإعلامية للانتخابات بما يخل بمبدأ تكافؤ الفرص.
- ٤- عدم السماح بإذاعة ما يمس سمعة المرشحين أو ينتهك حرمة حياتهم الخاصة.
- ٥- التأكيد علي احترام الوحدة الوطنية وقيم المجتمع المصري.
- ٦- التمييز بين ما يتيح حق إبداء الرأي وبين الأخبار المدققة والتي تنسب إلي مصادرها.
- ٧- التمييز بين الإعلام والإعلان، والحرص علي تحقيق الشفافية والعدالة بين المرشحين في المواد الإعلانية مدفوعة الأجر.
- ٨- الالتزام بالمواعيد المحددة للحملة الانتخابية في إطار القانون رقم ١٧٤ لسنة ٢٠٠٥ للدعاية الانتخابية في الإذاعة والتلفزيون.
- ٩- تقديم المعلومات الكاملة (عند إذاعة استطلاعات الرأي الخاصة بانتخابات الرئاسة) عن الجهة التي قامت باستطلاع والجهة التي تموله، والأسئلة التي أشتمل عليها، وحجم العينة ومكانها وأسلوب إجراءاته،

وطريقة جمع بياناته، وتاريخ القيام به، ونسبة الخطأ المحتملة في نتائجه.

١٠- إعلام جميع المرشحين بهذه المبادئ والمعايير للالتزام بها.

١١- تشكيل لجنة لرصد كل ما يذاع في فترة الانتخابات لتقييم التغطية الإعلامية والتأكد من مراعاتها للمبادئ والضوابط والمعايير المنصوص عليها وتصحيح أية مخالفات.

المبادئ التي تحكم الخريطة البرمجية أثناء الانتخابات:

١- ضمان الحيادة والشفافية في الخريطة البرمجية في الإذاعة والتلفزيون بحيث لا يتم تقديم مواد في القنوات والإذاعات المختلفة يمكن أن تمثل دعاية إيجابية أو سلبية، مباشرة أو غير مباشرة كالأفلام والمسرحيات والأغاني وغيرها.

٢- الفصل الكامل بين تغطية الأنشطة الرسمية لرئيس الجمهورية بحكم موقعه وبين ما يمكن اعتباره دعاية انتخابية.

٣- الفصل الكامل بين ما يذاع من أنشطة الوزراء وكبار المسؤولين بالدولة بحكم مواقعهم الرسمية، وبين ما يقدم من أنشطة قد تمثل دعاية انتخابية لمرشح بعينه، وينطبق ذلك على التغطية الإعلامية لأنشطة من ينتمون بصفة القرابة لأي مرشح للرئاسة.

٤- تزويد القنوات المصرية الخاصة بهذه القواعد والمعايير للاسترشاد بها حتى تقوم بدورها في تحقيق الهدف الذي تسعى إليه جميعا وهو ترسيخ مبادئ الديمقراطية وحرية الاختيار والعدالة والشفافية.

القواعد والسياسات المنظمة للاستخدام الإعلاني للانتخابات الرئاسية

الأعلام السياسي: هو الشكل الترويجي المدفوع الثمن من جانب المرشح

لمنصب الرئاسة ويتضمن رسالة تحتوي علي معلومات ودعاوي منطقية أو عاطفية أو كليهما من شأنها تقديم وتدعيم المرشح للرئاسة، وتقوية مكانته ووضعته أمام منافسيه، بأي شكل من الأشكال الفنية للإعلان والترويج، وعلي ضوء ذلك تم تحديد السياسات العامة للإعلان السياسي في القواعد التالية:

١- التزام المرشح لرئاسة الجمهورية بميثاق الشرف والقواعد المنظمة، وأخلاقيات العمل الإعلاني المعمول بها في اتحاد الإذاعة والتلفزيون مع مراعاة خصوصية الانتخابات السياسية الرئاسية.

٢- ألا يتضمن الإعلان الخاص بمرشح الانتخابات الرئاسية ما يمس الجوانب الشخصية والأخلاقية للمنافسين بشكل مباشر أو غير مباشر.

٣- ألا يتضمن الإعلان الخاص بمرشح الانتخابات الرئاسية ما يسيء للمرشحين الآخرين من خلال الكلمات أو الصور أ، المعاني أو الرموز أن الحيل الجرافيكية.

٤- ألا يتضمن الإعلان ما يمس الوحدة الوطنية وقيم المجتمع المصري.

٥- مراعاة العدالة في أوقات البث للإعلانات المقدمة من مرشحي الرئاسة وذلك في مختلف محطات وقنوات اتحاد الإذاعة والتلفزيون.

٦- يمنع بث أي إعلانات ممولة لتأييد أي مرشح للرئاسة من جانب أي شخص طبيعي أو اعتباري في مصر أو الخارج ، ويستثنى من ذلك الإعلانات المقدمة من الأحزاب المصرية لصالح مرشحها، ويكون ذلك في إطار الحد الأقصى للمبالغ المخصصة للحملة الانتخابية لكل مرشح.

٧- تعرض كافة الأشكال الإعلانية المقدمة من مرشحي الرئاسة قبل إذاعتها علي اللجنة الفرعية المسؤولة عن وضع الضوابط الإعلانية والمنبثقة من لجنة الخبراء لمراجعة الالتزام بالضوابط المنظمة.

٨- يتم التنسيق بين اتحاد الإذاعة والتلفزيون والقنوات التلفزيونية والإذاعية المصرية الخاصة للالتزام بهذه الضوابط أثناء الحملات الخاصة بالمرشحين للرئاسة.

- ١٥- الأخبار - ٢٠٠٥/٨/٥ م.
- ١٦- الأخبار - ٢٠٠٥/٩/٥ م.
- ١٧- الأهرام - ٢٠٠٥/٨/٢٢ م.
- ١٨- الجمهورية - ٢٠٠٥/٨/١٧ م.
- ١٩- الجمهورية - ٢٠٠٥/٥/١٩ م.
- ٢٠- المصري اليوم - ٢٠٠٥/٩/٤ م.
- ٢١- الوفد - ٢٠٠٥/٨/٢٨ م.
- ٢٢- الغد - ٢٠٠٥/٨/٢١ م.
- ٢٣- العربي - ٢٠٠٥/٨/٢١ م.
- ٢٤- الدستور - ٢٠٠٥/٨/١٧ م.
- ٢٥- الأخبار - ٢٠٠٥/٨/٢٥ م.
- ٢٦- حديث المدينة - ٢٠٠٥/٨/٣١ م.
- ٢٧- روز اليوسف (اليومية) - ٢٠٠٥/٨/١٧ م.
- ٢٨- أخبار اليوم - ٢٠٠٥/٨/٢٠ م.
- ٢٩- الغد - ٢٠٠٥/٨/٢٢ م.
- ٣٠- الأهرام - ٢٠٠٥/٨/٢٥ م.
- ٣١- الأخبار - ٢٠٠٥/٨/٢١ م.
- ٣٢- مايو - ٢٠٠٥/٨/٢٢ م.
- ٣٣- الأهرام - ٢٠٠٥/٨/٢٥ م.

- ٣٤- الأهرام - ٢٨/٨/٢٠٠٥ م
- ٣٥- الجمهورية - ١/٩/٢٠٠٥ م.
- ٣٦- برنامج حالة حوار - القناة الأولى - التلفزيون ٤/٩/٢٠٠٥ م.
- ٣٧- الأهرام - ٢٨/١٠/٢٠٠٥ م.
- ٣٨- الأهرام - ١/١١/٢٠٠٥ م.
- ٣٩- الأخبار - ٧/١١/٢٠٠٥ م.
- ٤٠- الجمهورية - ٣٠/١٠/٢٠٠٥ م.
- ٤١- روز اليوسف (اليومية) ٦/١١/٢٠٠٥ م.
- ٤٢- روز اليوسف (اليومية) - ١/١١/٢٠٠٥ م.
- ٤٣- روز اليوسف (اليومية) ٢/١١/٢٠٠٥ م.
- ٤٤- الأهرام - ٢٨/١١/٢٠٠٥ م.
- ٤٥- الوفد - ٨/١١/٢٠٠٥ م.
- ٤٦- الغد - ٢/١/٢٠٠٥ م.
- ٤٧- العربي - ٣٠/١٠/٢٠٠٥ م.
- ٤٨- الكرامة - ٨/١١/٢٠٠٥ م.
- ٤٩- برنامج (حالة حوار) القناة الأولى التلفزيون المصري - ٨/١١/٢٠٠٥ م.

الفصل الثامن

الإعلام ومقرطة

جماعات الإسلام السياسي

نمت ظاهرة الإسلام السياسي، ثم تطورت بحيث باتت تشكل اليوم واقعاً سياسياً لم يعد في الإمكان تجاهله، ولم يقتصر انتشار الظاهرة على المنطقة العربية وحدها، وإنما امتدت على اتساع قارات العالم بأسره، ولم تفرق بين مجتمعات إسلامية أو غير إسلامية، أو بين مجتمعات نامية أو متقدمة، وقد اتخذت الظاهرة مواقف متنوعة من الديمقراطية، حيث فضلت بعض جماعات الإسلام السياسي الخيار الديمقراطي، كما حدث في تركيا حيث تمكن تيار الإسلامي السياسي من الحصول على تأييد محلي واعتراف دولي مكنه من المشاركة في السلطة بل والانفراد الكامل بها وذلك في الدولة التي أنهت الخلافة الإسلامية العثمانية وجعلت هدفها الأول الفصل بين الدين والدولة وتكريس العلمانية.

واتخذت ظاهرة الإسلام السياسي في أحيان أخرى أشكالاً معارضة للتطور الديمقراطي، كما حدث في مصر، حيث اختارت بعض جماعات الإسلام السياسي المتشددة مثل الجهاد والجماعة الإسلامية العنف سبيلاً للوصول إلى السلطة، ووجدت نماذج شبيهة بذلك في العديد من المجتمعات العربية سواء انتمت جماعات الإسلام السياسي المتشددة في هذه المجتمعات إلى تنظيمات أممية أو انتتمت إلى تنظيمات ذات طابع قطري.

إن معارضة التطور الديمقراطي لم يكن في العالم العربي مقصوراً على جماعات الإسلام السياسي المتشددة، حيث تعد جماعة الإخوان المسلمين المصرية المنشأ، واحدة من أبرز جماعات الإسلام السياسي في مصر، ولها امتدادات مؤثرة في العديد من المجتمعات العربية والإسلامية.

ورغم أن هذه الجماعة أعلنت بوضوح إدانتها لأسلوب العنف والإرهاب كوسيلة للوصول إلى الحكم، إلا أنها لم تستطع حتى الآن أن تحسم خيارها الديمقراطي، محكومة بذلك بتراث طويل من التحفظات على الخيار الديمقراطي منذ قيامها في عام ١٩٢٨م، حيث أحجمت عن المشاركة في كافة الانتخابات التي جرت في مصر في ظل التعددية السياسية والحزبية التي سمح بها النظام شبه الليبرالي الذي وجد في الفترة من عام ١٩٢٤ وحتى قيام ثورة ٢٣ يوليو ١٩٥٢م.

ورغم تنوع وتعدد جماعات الإسلام السياسي إلا أنه في الإمكان تقسيمها إلى تيارين رئيسيين:

الأول: تيار معتدل ويمثله الآن جماعة الإخوان المسلمين في مصر وفي امتداداتها الفكرية أو التنظيمية العربية والعالمية، **والثاني:** تيار متطرف يمثل تنظيم القاعدة وكافة جماعات الإسلام السياسي التي ما تزال تؤمن بالعنف كوسيلة للتغيير والوصول إلى السلطة.

لذلك فإن البحث في العلاقة بين الإعلام والديمقراطية وجماعات الإسلام السياسي لا بد وأن تقوم على تفسير إعلامي لنمو ظاهرة الإسلام السياسي وتطورها وبخاصة في مصر والمنطقة العربية".

وسوف نعالج إشكالية العلاقة بين الإعلام والديمقراطية وجماعات الإسلام السياسي من خلال التطبيق على النموذج المصري بالأساس، دونما إهمال للنماذج الأخرى، وهو اختيار له أسبابه الموضوعية، ذلك أن جماعات الإسلام

السياسي بتأريها المتشدد والمعتدل، ظهرأ في مصر أولاً ثم انتقلا بعد ذلك إلى بعض المجتمعات العربية والإسلامية وغيرها، كذلك فإن العملية السياسية في مصر قطعت شوطاً غير قصير في الممارسة الديمقراطية، رغم ما يعترى هذه الممارسة من عقبات وقيود، بحيث تتقدم خطوتين إلى الأمام ثم تتراجع بعدها خطوة إلى الخلف، ومع ذلك فإن مصر تقف في مقدمة الدول العربية المؤهلة لاستكمال مرحلة الانتقال - التي طالت كثيراً - من الشمولية إلى الديمقراطية.

ويضاف إلى ما سبق أن النظام الإعلامي المصري قد سار خطوات مهمة في طريق التحول من نظام إعلامي سلطوي إلى نظام إعلامي ديمقراطي، ورغم أن النظام الإعلامي المصري مازال يعاني من بعض سمات النظام الإعلامي السلطوي إلا أنه ينبغي الاعتراف بأن السمات الديمقراطية فيه أصبحت أكثر من السمات السلطوية، وبالتالي فهذا النظام الإعلامي صالح لأن يتحول في سنوات قليلة إلى نظام إعلامي ديمقراطي بعد أن يتخلص من السمات السلطوية التي مازالت تعوق تطوره، وهو ما يعني في التطبيق العملي أن النظام الإعلامي المصري قادر في حالته الراهنة وفي تطوره المستقبلي على النجاح في القيام بدوره المزدوج، وهو تشجيع النظام السياسي المصري على تطوير الممارسة السياسية في الاتجاه الديمقراطي من ناحية، وهو قادر من ناحية أخرى على دفع جماعات الإسلام السياسي المعتدلة إلى الانخراط في العملية السياسية وتبني الخيار الديمقراطي.

التفسير الإعلامي لظاهرة الإسلام السياسي

تصدى الكثيرون لتفسير ظاهرة تنامي تيار الإسلام السياسي في مصر بجناحيه المعتدل والمتشدد، وقد فسر البعض الظاهرة من منظور اقتصادي فأرجعوها إلى الأزمة الاقتصادية وما تولد عنها من تفشي البطالة بين الشباب وسوء توزيع الدخل القومي وغياب التكافل والعدالة الاجتماعية بين طبقات المجتمع، وهناك من فسروا الظاهرة من منظور اجتماعي حيث أرجعوها إلى الخلطة التي أصابت البناء الاجتماعي نتيجة تبدل النظام الاجتماعي ثلاث مرات في أقل من ثلاثين عاماً ما بين الخمسينات والسبعينات من نظام رأسمالي إلى نظام اشتراكي سرعان ما انقلب مرة أخرى إلى نظام رأسمالي، وفي الحالات الثلاث لم يكن المجتمع مهياً للانقلاب من النقيض إلى النقيض مما أخل بمنظومة القيم في المجتمع، ويوجد فريق آخر يفسر الظاهرة من منظور سيكولوجي حيث أدى الانفتاح المفاجئ في منتصف السبعينات إلى ظهور فئات متزايدة وجدت نفسها تقف في صفوف المتفرجين بينما غيرهم - وقد يكونون من الفئات الأقل ثقافة أو مكانة - ينطلقون بسرعة خاطفة إلى قمة السلم الاجتماعي، مما أوجد لديهم شعوراً عميقاً بالإحباط، والإحباط يدفع صاحبه إلى أحد طريقتين: الانسحاب من المجتمع أو العدوان عليه، وبقدر عمق الإحباط يكون عنف العدوان الذي غالباً ما يتحول إلى إرهاب.

وهناك التفسير الأمني للظاهرة والذي غالباً ما يرجعها إلى وجود قوى خارجية ذات مصلحة في هز الاستقرار الداخلي للبلاد، فتدفع ببعض العملاء من الخارج أو تجند بعضهم في الداخل للقيام ببعض العمليات المحدودة التي يتم تضخيمها إعلامياً فتأخذ الظاهرة حجماً أكبر من حجمها الحقيقي! وهناك أخيراً التفسير السياسي للظاهرة، والذي يرجعها إلى ضيق الهامش الديموقراطي الذي لا يتسع لتيار الإسلام السياسي ويحرمه حق التعبير عن نفسه من خلال أحزاب شرعية، مما دفع ببعض عناصر هذا التيار إلى العمل السري تحت الأرض.

وعلى الرغم من أن هذه التفسيرات وغيرها قدمت إسهامات مهمة في محاولة فهم الظاهرة، إلا أننا نرى أن هناك تفسيراً آخر يستطيع أن يقدم فهماً أعمق للظاهرة، وهو التفسير الإعلامي.

ويقوم التفسير الإعلامي لنمو ظاهرة تيار الإسلام السياسي على حقيقة أن الفرد في أي مجتمع لا يستطيع أن يعتنق عقيدة أو يتبنى فكرة أو يتخذ قراراً في أي شأن من شئون حياته إلا على ضوء المعلومات التي تتوفر لديه عن هذه العقيدة أو تلك الفكرة أو ذلك القرار، ولا يوجد أمام الفرد للحصول على المعلومات سوى وسائل الاتصال والإعلام^(١)، ولا شيء آخر يستطيع القيام بهذه المهمة، فالفرد كعضو في جماعة يستقبل الأفكار والآراء والمعلومات وينقلها إلى غيره عبر نوعين من وسائل الاتصال والإعلام، الأول: الاتصال المباشر، والذي يأخذ أحياناً شكل الاتصال الشخصي، كما في اللقاءات الثنائية، ويأخذ في أحيان أخرى شكل الاتصال الجمعي، كما في المساجد والمدارس والجامعات أو في المسرح والندوات والمؤتمرات وغيرها، أما النوع الثاني: فيتم عن طريق وسائل الاتصال والإعلام الجماهيري كالنشرات والكتب والصحف والراديو والتلفزيون والفصائيات والسينما والفيديو والإنترنت وغيرها^(٢).

معنى ذلك أن من يعتنق عقيدة أو فكرة دينية، معتدلة أو متشددة ومن يتخذ

سلوكاً دينياً معتدلاً أو متطرفاً أو إرهابياً، إنما يفعل ذلك نتيجة ما حصل عليه من أفكار وآراء ومعلومات عبر وسائل الاتصال والإعلام بنوعيتها المباشر والجماهيري، ولا توجد أمامه مصادر أخرى سواهما. ومن المهم أن نفرق وبوضوح بين مفهومي التطرف والإرهاب، حتى يمكن أن نتعرف على علاقة كل منهما بالإعلام، فالتطرف غالباً ما يكون في دائرة الفكر وقد ينعكس هذا الفكر على السلوك في أشكال متنوعة، قد يتجسد بعضها في ارتداء زي معين أو الامتناع عن فعل معين وغير ذلك من ألوان السلوك السلمية، أما عندما يترجم الفكر المتطرف إلى أنماط عنيفة من السلوك كالاعتداء على حريات الآخرين أو ممتلكاتهم أو أرواحهم، عندئذ يتحول التطرف إلى إرهاب.

الإرهاب إذن نوع من السلوك المتطرف، ولأن التطرف عملية فكرية في الأساس، لذا لا بد أن يعتمد الإرهاب على فكر يبرره ويعطيه المشروعية لدى من يمارسه، لذلك غالباً ما يقوم الإرهاب على عقيدة أو أيديولوجية متطرفة، ولعل هذا ما يفرق بينه وبين الجريمة العادية، فالإرهاب بمفهوم من يمارسه وسيلة أو أداة لتحقيق أهداف أيديولوجية سامية تعلو على المصالح الشخصية، في حين أن الجريمة العادية، مجرد وسيلة أو أداة لتحقيق مصلحة شخصية.

نصل إلى السؤال المهم، كيف استطاع تيار الإسلام السياسي بجناحيه المعتدل والمتطرف أن يشق طريقه إلى المجتمع المصري؟ وكيف تمكنت أفكار هذا التيار من النمو والانتشار بين قطاعات متنوعة من المواطنين وفي أماكن مختلفة بطول البلاد وعرضها؟، وبصرف النظر عن الاختلاف في تقدير مدى هذا الانتشار فإن حصول التيار المعتدل الممثل في جماعة الإخوان المسلمين على ٨٨ مقعداً في الانتخابات الأخيرة لمجلس الشعب، يمكن اعتباره مؤشراً قوياً على هذا الانتشار، لقد حدث بذلك بالرغم من الدولة في مصر تسيطر بشكل يكاد يكون كاملاً على كافة وسائل الاتصال والإعلام، في حين أن جماعات الإسلام السياسي محرومة تماماً من معظم هذه الوسائل الإعلامية؟

فالدولة تسيطر بشكل كامل عن طريق الملكية والإدارة الحكومية المباشرة على كل الخدمات الإذاعية والتلفزيونية، وهو ما يعني أنها تتحكم في توجيه المواد الإعلامية التي تبث عبر هذه الخدمات، وعندما عرف البث الفضائي التلفزيوني، ظلت الدولة أيضاً ممثلة في اتحاد الإذاعة والتلفزيون تسيطر على غالبية القنوات الفضائية المصرية العامة، والمتخصصة، ورغم السماح للقطاع الخاص المصري ببث عدد غير قليل من القنوات الفضائية إلا أن ارتباط مصالح هذا القطاع بالحكومة تسمح بوجود قدر من التنسيق لا يتيح الخروج على السياسة العامة للدولة وبخاصة تجاه ظاهرة الإسلام السياسي.

وتوجه الدولة، وإن كان بشكل غير مباشر كافة الصحف القومية، فالحكومة هي صاحبة الأغلبية في مجلس الشورى وهو المجلس الذي يملك هذه الصحف ويقوم بتعيين رؤساء تحريرها وفق قانون سلطة الصحافة لعام ١٩٨٠ واستمر ذلك الوضع وفق قانون تنظيم الصحافة لعام ١٩٩٦ وهو مستمر حتى الآن، كذلك يعطي قانون تنظيم الصحافة للأحزاب الشرعية حق إصدار الصحف، والصحف الحزبية سواء التي يصدرها الحزب الحاكم أو أحزاب المعارضة الشرعية، تعتبر جزءاً من النظام السياسي القائم، وبرغم مساحة الحرية الممنوحة للصحف الحزبية، فلا يوجد فيها ما يمكن اعتباره مشجعاً أو مروجاً لتيار الإسلامي السياسي المتطرف أو المعتدل، فضلاً عن أنها تعلن جميعها إدانتها لجماعات التطرف والإرهاب، بل أن جريدة (الشعب) لسان حال حزب العمل قبل إغلاقها أدانت ظاهرة التطرف والإرهاب رغم تأييدها للتيار الأصولي.

أما الصحف الخاصة فلم يكن لها وجود يذكر خلال السبعينات والثمانينات وحتى منتصف التسعينات، ثم أصبح وجودها مؤثراً بعد توالي ظهور الإصدارات الخاصة بعد صدور قانون تنظيم الصحافة لعام ١٩٩٦م، وقد تبنى

أغلبها سياسات معارضة للحكم، ورغم ذلك لم يسمح لتيار الإسلام السياسي بإصدار صحف تعبر عنه صراحة، وإن وجدت مؤخراً بعض الصحف الخاصة التي أبدت تفهماً أو تأييداً لحق تيار الإسلام السياسي المعتدل في العمل السياسي المشروع، ورغم ذلك فلم تظهر حتى هذه اللحظة صحيفة خاصة أو حزبية تتبنى أفكار تيار الإسلام السياسي صراحة أو تتحول إلى لسان حال له رغم ادعاء البعض بغير ذلك!

ولا يتبقى من الصحف سوى تلك التي تصدر عن بعض المؤسسات الحكومية أو الجمعيات الأهلية والأخيرة بنص القانون ممنوعة من التعرض للأمور السياسية.

فإذا انتقلنا إلى وسائل الاتصال والإعلام المباشر بنوعية الشخصي والجمعي، فالحكومة تتحكم في أخطر وأهم وسائله تأثيراً على المواطن فالمساجد الحكومي منها والأهلي تخضع لإشرافها ممثلة بوزارة الأوقاف، والمدارس والجامعات معظمها حكومي، أما القليل منها التابع للقطاع الأهلي والخاص فإنه يخضع لإشراف وزارتي التعليم والتعليم العالي، وتملك الدولة أيضاً أهم مؤسسات الاتصال والإعلام المباشر وهي هيئة الاستعلامات ومراكزها المنتشرة في كل المحافظات، كذلك فإن غالبية الهيئات والمؤسسات العاملة في مجال الاتصال والإعلام المباشر، تابعة للحكومة بشكل مباشر أو تخضع للإشراف الحكومي غير المباشر، مثل المؤسسات العاملة في مجالات تنظيم الأسرة والإرشاد الزراعي والصحي والري وما شابه من نشاطات تتصل بالمواطنين، أما العمل الحزبي وهو لون من ألوان الاتصال والإعلام السياسي المباشر فمقصود على الحزب الحاكم وأحزاب المعارضة الشرعية، وأما التنظيمات الحزبية غير المعترف بها مثل جماعات الإسلام السياسي المتطرفة أو المعتدلة، فإن نشاطها غالباً ما يكون سرياً، وتجرمه العديد من النصوص القانونية، كذلك يتعرض

المنتظمون لهذه التنظيمات لملاحقات نشطة ومستمرة من أجهزة الأمن المدعمة بالسلطات الواسعة لقانون الطوارئ.

وعلى ضوء الحقائق السابقة يصبح من حقنا أن نطرح بعض التساؤلات المشروعة، ولعل في مقدمتها: كيف نمى هذا التيار في مصر؟ وكيف تطور بعد الضربات القاصمة التي وجهها النظام الناصري لجماعة الإخوان المسلمين وخاصة في عام ١٩٥٤ و ١٩٦٦م، وفي ظل السيطرة شبه الكاملة من جانب النظام على مصادر الفكر والمعلومات في المجتمع، وكيف نجحت جماعات الإسلام السياسي المتطرفة أو المعتدلة في تحقيق هذا القدر من النفوذ والانتشار مهما اختلفنا في تحديد حجم هذا النفوذ أو في مدى ذلك الانتشار في مواجهة الترسانة الإعلامية الحكومية وشبه الحكومية، وهم محرومون تماماً من أية وسيلة إعلامية جماهيرية فضلاً عن محدودية ما بين أيديهم من وسائل الإعلام المباشر.!

يمكننا أن نلخص كل التساؤلات المتعلقة بالموضوع في تساؤلين رئيسيين، يدور أولهما حول ما إذا كانت وسائل الاتصال والإعلام الحكومية وشبه الحكومية هي التي وضعت بذرة الأفكار التي يقوم عليها الإسلام السياسي في الأراضي المصرية، وهي التي سقتها ورعتها حتى نمت ثم استوت بالشكل المتطرف الذي ظهرت به في الثمانينات أو بالشكل المعتدل الذي تظهر به الآن؟

أما التساؤل الثاني فيدور حول ما إذا كانت بذرة أفكار الإسلام السياسي في مصر قد وضعت عن غير طريق أجهزة الإعلام الرسمية، ولكن هذه الأجهزة استخدمت هذه الأفكار وأصحابها عن قصد وتعتمد لتحقيق مصالح مؤقتة للنظام الحاكم في تعامله مع بعض معارضييه، ثم عندما تكشفت مخاطر هذا الفكر سواء بجانبه المتطرف أو المعتدل تقاعست وسائل الإعلام الرسمية عن التصدي له، تارة بالتجاهل الكامل لوجوده ولأصحابه، وتارة أخرى بالتهوين من شأنه والتقليل من خطورته.

لقد بات من المؤكد أن الأفكار الدينية المتطرفة قد نبتت في مصر بين عدد محدود من المعتقلين من جماعة الإخوان المسلمين في السجون والمعتقلات في فترة الستينات^(٣)، وأن هذه الأفكار ظلت محصورة داخل جدران السجون والمعتقلات حتى أفرج الرئيس السادات عن الإخوان المسلمين في بداية السبعينات، وكان من بينهم الفئة المتطرفة^(٤)، وهناك العديد من الأدلة التي تؤكد أن من أهم العوامل التي مكنت جماعات الإسلام السياسي من نشر أفكارها بين قطاعات مؤثرة في المجتمع، تشجيع الرئيس السادات لما سمي وقتها بالتيار الإسلامي السياسي في الجامعات وأوساط الشباب، وذلك لمواجهة التيارات الناصرية واليسارية المعارضة لتوجهاته في ذلك الوقت^(٥). ثم قدمت ثورة الخميني في إيران وما رافقها من زخم إعلامي دفعة قوية لهذه الجماعات فاستغلت الهامش الديموقراطي المحدود الذي سمح به السادات لاختراق العديد من المواقع المؤثرة في وسائل الإعلام، بالإضافة إلى الاتحادات الطلابية في الجامعات، وفي أوساط الشباب في بعض النقابات المهنية والعمالية، متسترة وراء شعار براق هو "الإسلام هو الحل".

ويلاحظ أن الرئيس السادات لم يكتف بإفراج عن المعتقلين من الإسلاميين، وإنما سمح لهم بقدر كبير من حرية الحركة، وبالذات في مجال الإعلام، فوافق على إعادة إصدار جريدة "الدعوة" لسان حال جماعة الإخوان المسلمين، وأعاد بعض الإخوان إلى أعمالهم السابقة في الصحف وأجهزة الإعلام واحتل بعضهم مواقع مؤثرة في هذه الأجهزة، ولعل من مظاهر ذلك وصول اثنين من القادة السابقين للجماعة إلى منصب الوزارة وهما الدكتور عبد العزيز كامل الذي تولى وزارة الأوقاف ثم أصبح نائباً لرئيس الوزراء، وهي الوزارة التي تشرف بشكل مباشر أو غير مباشر على جميع المساجد في مصر، وهي أهم وسيلة للاتصال والإعلام المباشر على الإطلاق في كل الدول الإسلامية وفي مصر بصفة خاصة، والدكتور أحمد كمال أبو المجد الذي تولى وزارة الإعلام، وهي الوزارة

المسئولة بشكل مباشر عن كل الشبكات الإذاعية والخدمات التليفزيونية بالإضافة إلى مصلحة الاستعلامات فضلاً عن تأثيرها المعنوي على الصحف والصحافيين.

ومن المهم الانتباه إلى أن السادات لم يشجع التيار الديني المتشدد، وإنما شجع التيار الديني بشكل عام، وكان يعتقد أن في إمكانه دائماً السيطرة على حركته خاصة أن الكثيرين من رموزه قبلوا بالتعامل مع السلطة والتعاون معها، بل وصار بعضهم جزءاً منها. ففي ذلك الوقت لم يكن قد برز على السطح التمايز الواضح بين تيار متطرف وآخر معتدل داخل الحركة الإسلامية، إذ ظل هذا التمايز محصوراً في نطاق ضيق وكان هناك حرص شديد من جانب الإخوان وبقية التيار المعتدل على عدم إخراج الخلاف مع المتشددين إلى العلن خوفاً من انقسام الحركة الإسلامية وتشتت جهودها مع بداية نشاطها في السبعينات، وإن لم يكن لدى المتشددين هذا الحرص نفسه!

ولقد أشاع السادات مناخاً عاماً دينياً تمثل في تبنيه شعار دولة العلم والإيمان، وسيطرة الخطاب الديني على أجهزة الإعلام الرسمية، وتبني لغة عدائية لأفكار التقدم والتطوير بالإضافة إلى زيادة مساحة البرامج الدينية في الراديو والتلفزيون وتخصيص صفحات للشئون الدينية في الصحف والمجلات القومية والمغلاة في الاحتفال بالمناسبات الدينية وتحويلها إلى مناسبات قومية، وقد شكل ذلك كله ما يمكن أن نطلق عليه "البنية الأساسية" التي استغلها الجناح المتشدد في بناء هيكله التنظيمي واختيار عناصره وكوادره، كما أنها مهدت الطريق لانتشار أفكار جماعات الإسلام السياسي بسهولة ويسر.

إن رصد تطور مساحة البرامج الدينية في المحطات الإذاعية المحلية^(٦) في مصر في حقبتَي السبعينات والثمانينات، يمكن أن توضح خطورة ما أشرنا إليه من قيام الحكومة بإقامة البنية الأساسية، التي استغلتها جماعات الإسلام السياسي

في نشر أفكارهم وفي بناء هيكلم التنظيمي. فقد كانت نسبة البرامج الدينية في الإذاعة المصرية ٢٥، ١٥ في المائة إلى إجمالي الإرسال الإذاعي في عام ١٩٦٩ / ١٩٧٠م، وأخذت هذه النسبة في التزايد عام بعد عام في ظل حكم الرئيس السادات لتصل إلى ١٢، ٢٠ في المائة في ١٩٨٠ / ١٩٨١ أي أن البرامج الدينية في الإذاعة المصرية بلغت أكثر من خمس ساعات الإرسال قبل مصرع السادات بقليل!! ويجب ألا ننسى أنه إلى جانب هذه البرامج الدينية كانت الإذاعة تقدم أيضاً مواد دينية أخرى في أشكال إذاعية متنوعة كالتمثيليات والمسلسلات والأغاني والندوات والبرامج الحوارية والبرامج الثقافية والبرامج الإخبارية والسياسية، وهذه من الصعب حصر عددها أو نسبة المادة الدينية فيها، وهو ما يعني أن نسبة الخمس ليست سوى الحد الأدنى وأن النسبة الحقيقية في الإذاعة كانت أكبر من ذلك بكثير! وهذه النسبة أيضاً لا تدخل فيها ما تقدمه الإذاعات المصرية من برامج ومواد دينية خارجية، ويقصد بها شعائر صلاة الجمعة التي تنقل في بعض المناسبات من مدن عربية أخرى، فهذه الشعائر لم تكن تزيد عدد ساعات إرسالها في عام ١٩٧٠ / ١٩٧١ على ٣٤٢ ساعة و ٦ دقائق فإذا بها في عام ١٩٧٩، ١٩٨٠ تقفز إلى ٢٠٣١ ساعة و ١٢ دقيقة.

ومن المهم الاعتراف بصعوبة تحليل مضمون المادة الدينية المقدمة في هذه البرامج، لتحديد موقفها من قضايا التطرف، ليس لضخامة حجم هذه المادة فقط وإنما لأن أغلبها غير مسجل، وما سجل منها تم مسحه، ولكن الدلالة التي تعطينا هنا، أن زيادة مساحة هذه البرامج على ساعات الإرسال الإذاعي ساعدت على إشاعة مناخ ديني في البلاد.

وتقدم لنا إذاعة القرآن الكريم التي تقدم من راديو القاهرة نموذجاً آخر، فقد بدأ إرسال هذه المحطة في ٢٩ مارس ١٩٦٤ بثماني ساعات يومية متصلة، ومن دون مذبذب، ولكن سرعان ما بدأت ساعات إرسالها تزيد بعد ١٩٧٠ لتصل إلى ١٧ ساعة و ١٦ دقيقة يومياً في عام ١٩٨١ / ١٩٨٢.

وحتى الإذاعات المصرية الموجهة إلى الخارج زادت ساعات إرسال البرامج الدينية عبرها من ٧,٠٥ في المائة في ١٩٧٠ إلى ١٣,٤٤ في المائة في ١٩٨٠ / ١٩٨١ م.

إذا انتقلنا إلى التلفزيون يلاحظ أن نسبة البرامج الدينية فيه لم تزد في ١٩٦٣ على ٢,٣ في المائة من مجموع ساعات البث التلفزيوني، ولكن هذه النسبة ارتفعت إلى أربعة أضعافها في ١٩٧٣ لتصل إلى ٨,٩٧ ثم ارتفعت إلى ٩,٥٤ في المائة في ١٩٨٠، وهذه النسب لا تكفي وحدها لإظهار مدى الزيادة في البرامج الدينية بالتلفزيون. ذلك أن هذه النسب محكومة بزيادة ساعات البث التلفزيوني، ويتضح ذلك عندما نعرف أن عدد ساعات البث التلفزيوني للبرامج الدينية بلغ في عام ١٩٧٣ حوالي ٥٢٧ ساعة ٤٩ دقيقة، ارتفع في ١٩٨٠ / ١٩٨١ إلى ٧٥٢ ساعة و ١٩ دقيقة.

وقد استمر هذا المعدل في الزيادة خلال السنوات التالية بعد مصرع السادات. بدليل أن إحصاءات اتحاد الإذاعة والتلفزيون لعام ١٩٩١/١٩٩٢، وهو العام الذي شهد بداية تحول التطرف إلى إرهاب، بلغ إجمالي ما تذيعه قنوات التلفزيون المصري من البرامج الدينية ١٤٠٨ ساعات و ١١ دقيقة، أي بما يعادل ثلاث ساعات وواحدًا وخمسين دقيقة في اليوم^(٧).

وبالنسبة لمحتوى ومضامين هذه البرامج التلفزيونية، لا يوجد بين أيدينا ما نستدل به على هويتها، خاصة أن الغالبية العظمى من هذه البرامج لا يحتفظ بالشرائط المسجلة عليها باستثناء بعض أحاديث الشيخ محمد متولي الشعراوي، والأخيرة فقد الكثير منها أيضاً!..

ومن المهم أن نشير إلى وجود إدارة كاملة للبحوث في اتحاد الإذاعة والتلفزيون، وأن هذه الإدارة أجرت عشرات من البحوث عن برامج الراديو والتلفزيون، بعضها على مستوى جيد، ولكنها تهتم بالتعرف على آراء

المستمعين والمُشاهدين وهو ما يطلق عليه "بارومتر الاستماع والمُشاهدة"، ولا تهتم هذه البحوث بتحليل محتوى واتجاهات المادة التي تقدمها البرامج الإذاعية والتلفزيونية.

إن سعى الرئيس السادات لتصفية التيار الناصري واليساري لم يقتصر ميدانه على الجامعات والنقابات العمالية والمهنية، وإنما امتد أيضاً إلى الصحافة، فعمل على إغلاق مجلتي "الطلیعة" اليسارية و "الكاتب" الناصرية ونجح في مسعاه، وحال بين العديد من الكتاب الناصريين واليساريين وبين الكتابة في الصحف القومية وبالتوازي مع هذه المحاولات أخذ في تشجيع صحف التيار الديني لكي تنافسه في مهمته لتصفية الفكر الناصري واليساري، فسمح في ١٩٧٦ للإخوان المسلمين بإعادة إصدار مجلة "الدعوة" كلسان حال للجماعة، وهي مجلة صدرت في البداية في ٣٠ يناير ١٩٥١، أي قبل ثورة ٢٣ يوليو ١٩٥٢ وكان صاحب امتيازها صالح عشاوي أحد قيادات جماعة الإخوان، وقد استمرت المجلة في الصدور بعد ثورة يوليو ١٩٥٢ بسبب انشقاق صاحب المجلة عن جماعة الإخوان المسلمين، وقد تم فصله من الجماعة في نهاية ١٩٥٣، ومع عام ١٩٥٦ أخذت أحوال المجلة في التدهور، وبعد أن كانت أسبوعية تحولت إلى شهرية، وكثيراً ما كانت تتوقف لعدة أشهر. وظلت المجلة على هذه المجال حتى خرج الإخوان من السجون والمعتقلات في أوائل السبعينيات، وفي ١٩٧٦ عادت إلى الصدور في ثوب جديد، وأصبحت تصدر شهرياً بشكل مؤقت على أمل أن تسمح الظروف بتحويلها إلى أسبوعية.

وشجع الرئيس السادات على إصدار مجلة "التصوف الإسلامي" في ١٩٧٩م وخص المجلة بمقال افتتاحي في عددها الأول، كما أرسل خطاباً للشيخ محمد محمود سطوحى رئيس مجلس إدارة المجلة نشرته في العدد التالي، عبر فيه عن تقديره للجهد الذي بذل في تحريرها، كما أكد "أن صدور مجلة التصوف

الإسلامي في هذه المرحلة الحاسمة من تاريخ نضالنا القومي، يسد فراغاً ثقافياً ويمدنا بغذاء روحي ونحن نبني مجتمعنا الجديد على دعائم قوية الأركان من العلم الإيمان".

كذلك شجع السادات على إعادة إصدار صحف التيار الإسلامي غير الرسمي منها مجلة "الاعتصام" التي صدرت في ١٩٣٩م عن الجمعية الشرعية، وقد ظلت تصدر حتى قيام ثورة ٢٣ يوليو، وبعدها أخذت تتعثر في الصدور، فتظهر تارة وتختفي تارة أخرى، ولكن في عهد السادات حدث تطور جذري في شخصية المجلة شكلاً ومضموناً فزاد عدد صفحاتها وبدأت تنتظم في الصدور، ثم أدخلت طباعة الأوفست والألوان.

من الملاحظات الجديرة بالانتباه، أهمية الدور الذي لعبه الكتاب كوسيلة إعلام جماهيري في نشر ظاهرة الإسلام السياسي في مصر، ويتصل بذلك ما أشارت إليه الأقوال المسجلة لأعداد غير قليلة من المتشددين الدينيين الذين اشتركوا في بعض الأعمال الإرهابية، حيث ذكروا أنهم لم يجدوا صعوبة في الحصول على الكتب الدينية التي تتماشى مع أفكارهم أو تخدمها على المدى الطويل، رغم أن بعضها قد لا يكون بالضرورة مماثلاً لأفكارهم، كما لوحظ أن إقبال المتشددين قد تركز على مؤلفات أبو الأعلى المودودي وسيد قطب.

وقد شهدت سوق الكتاب في مصر خلال السبعينات والثمانينات طوفاناً من المؤلفات الدينية التي شكلت ما يشبه البنية الأساسية للأفكار المتطرفة التي صاغها بعض قادة الجماعات المتشددة في مؤلفاتهم الخاصة، وكان الكثير من هذه الكتب يطبع في مصر وبعضها يأتي من الخارج. أما المؤلفات التي لم يكن مسموحاً بطبعها في الداخل أو استيرادها من الخارج فقد تولت الجماعات المتشددة طبعتها وتوزيعها سراً في بعض الأحيان وعلناً في أكثر الأحيان. إن كتاب "معالم على الطريق" لسيد قطب طبعه على سبيل المثال طلاب كلية

الهندسة بجامعة المنيا في أوراق متفرقة، ثم جمعوها بعد ذلك في كتاب واحد عن غير الطريق الرسمي، ثم أعيد طبع الكتاب في دمشق، ثم بيروت، وعن طريقهما وصل إلى القاهرة، ثم طبع بعد ذلك في القاهرة دون اعتراض من الحكومة.

ومنذ منتصف السبعينات قام عدد من دور النشر المصرية بترجمة ونشر معظم مؤلفات أبو الأعلى المودودي، فنشرت له دار المختار الإسلامي كتب: مبادئ الإسلام، وتذكرة دعاة الإسلام، ودور الطلبة في بناء مستقبل العالم الإسلامي، ونشرت له دار الاعتصام كتب: الجهاد في سبيل الله، وتفسير سورة النور، ونشرت له دار التراث كتب: الإسلام اليوم، والحجاب.

وقامت دار الشروق بالقاهرة بنشر معظم مؤلفات سيد قطب ومن أهمها كتب: معالم على الطريق، والإسلام ومشكلة الحضارة، وفي ظلال القرآن، ونحو مجتمع إسلامي، والمستقبل لهذا الدين، وهذا الدين، ودراسات إسلامية والعدالة الاجتماعية في الإسلام، وقامت دار الزهراء بنشر معظم مؤلفات الإمام الخميني ومفكري الثورة الإيرانية.

وإذا كان المتشددون الدينيون قد اعتمدوا في البداية على كتابات المودودي وسيد قطب وبعض أقطاب الإخوان المسلمين إلا أنهم سرعان ما بدعوا في صياغة أفكارهم الخاصة، وظهرت على التوالي مجموعة من المؤلفات لأقطاب الجماعات المتشددة، وقد اتخذت معظم هذه المؤلفات شكل "الرسائل" و "الكتيبات" التي طبع بعضها في حين نسخ البعض الآخر بخط اليد في العديد من النسخ، أو صور ميكانيكياً بالمئات من النسخ، وبدأ الاعتماد عليها بشكل أساسي في الدعوة. ولشكري مصطفى، قطب جماعة التكفير والهجرة، عدد من المؤلفات أو "الرسائل" التي تعرض فكر جماعته وأهمها كتاب "الخلافة" ويتكون من ستة أجزاء، كتب كل جزء منه في كراسة مستقلة، كذلك شارك بعض قادة الجماعة

ففي وضع عدد من المؤلفات مثل "كتاب الأسماء" وكتاب "الشرك" و "التبيين" و "مغفرة الصغائر" والإصرار على الذنوب والتأويلات والتوسمات وغيرها من المؤلفات، وهذه الكتب أو الرسائل لم يكن يسمح بتوزيع بعضها على عامة المسلمين، وإنما تقصر على الخاصة من أعضاء الجماعة، ويقوم دعاة الجماعة بتدريسها للأعضاء، ثم يجري بعد ذلك نشر الأفكار التي تحتوي عليها هذه الكتب على عامة المسلمين بالتلقين شفاهة وبالتدريج حتى يمكن لهم قبولها.

فعالية الاتصال المباشر

لقد اعتمدت جماعات الإسلام السياسي بشكل أساسي - على الاتصال والإعلام المباشر بنمطيه الشخصي والجمعي في نشر أفكارها أكثر مما اعتمدت على الاتصال الجماهيري، فلجأت إلى الاتصال الشخصي لبناء جهازها التنظيمي، واستخدمت الاتصال الجمعي للتسلل ثم الهيمنة بعد ذلك على العديد من الزوايا والمساجد الأهلية الصغيرة في المناطق الشعبية في المدن، وفي بعض القرى النائية في الأرياف وخاصة في صعيد مصر، وقد غلب الطابع السري على استخدامها للاتصال الشخصي، في حين غلب الطابع العلني على استخدامها للاتصال الجمعي.

ومن المهم أن نعترف بأن جماعات الإسلام السياسي نجحت إلى حد كبير في استخدام مهارات الاتصال والإعلام المباشر بكفاءة وفاعلية، مما مكنها من التغلغل بين قطاعات مؤثرة في المجتمع مثل المدارس والجامعات والنقابات العمالية والمهنية، وهو الأمر الذي يثير قضية مهمة تتعلق بإعادة تقييم دور وسائل الاتصال المباشر ومدى فاعليتها في عصر الاتصال الجماهيري، خاصة بعد التطور التكنولوجي المتلاحق في إمكانات وسائل الاتصال والإعلام الجماهيري، وهو التطور الذي جعل الكثيرين يقللون من شأن الإعلام المباشر أو لا يعطونه الاهتمام الذي تستحقه بسبب انبهارهم بما تحققه وسائل الإعلام

الجماهيرية من تأثير يضاف على ذلك أن الكثير من المسؤولين في مصر مازالوا متأثرين بالتجربة الناصرية في استخدام الاتصال والإعلام الجماهيري، حيث اعتمد نظام عبد الناصر على وسائل الإعلام الجماهيرية وخاصة الراديو ثم التلفزيون كبديل عن العمل السياسي الحزبي الذي يعتمد على الاتصال المباشر بالجماهير.

والحقيقة أن الإعلام المباشر يلعب دوراً رئيسياً في الاتصال الإنساني، وفي حالات كثيرة قد يتفوق في تأثيره وفاعليته على الاتصال الجماهيري، فالإعلام المباشر يتميز بارتفاع درجة المشاركة بين المرسل والمستقبل لأن رجوع الصدى يدرك على الفور، فالمرسل يستطيع أن يدرك، وعلى الفور مدى استيعاب المستقبل للرسالة الإعلامية التي ينقلها إليه، ومدى اقتناعه بها، بحيث يستطيع أن يعدل ويبدل ويغير من طرق عرض الرسالة حتى يتحقق أكبر قدر ممكن من التأثير، يحدث ذلك في المحادثات الشخصية وفي الندوات والمؤتمرات وفي قاعات الدرس والمحاضرات، وذلك كله لا يمكن أن يتحقق عندما تنقل "الرسالة الإعلامية" من خلال وسائل الإعلام الجماهيرية، ذلك أن الوسيلة سواء كانت صحيفة أو راديو أو تلفزيوناً أو غير ذلك، تفصل ما بين المرسل والمستقبل بحيث لا يرى المرسل رد فعل رسالته على المستقبل إلا بعد فترة طويلة وعن طريق الاستبيانات واستطلاعات الرأي العام أو الخطابات التي تصل من الجمهور.

وقد أجرى العديد من التجارب لقياس قوة تأثير كل وسيلة من وسائل الإعلام، فتبين فوز المحادثة الشخصية بالمرتبة الأولى، وتليها في الترتيب المناقشة الجماعية، وبعدها يأتي التلفزيون ثم الراديو ثم الصحف فالكُتب^(٨).

كذلك أكد العديد من الأبحاث العلمية أن فاعلية الإعلام المباشر وتأثيره تزداد بين الجماعات الصغيرة، في حين تضعف كلما تضخمت الجماعات الصغيرة،

لذلك فالإعلام المباشر أكثر فاعلية في القرية منه في المدينة، وفي الأحياء الشعبية في المدن أكثر مما في الأحياء الراقية^(٩).

ولكي تزداد الصورة وضوحاً، من الضروري التأكيد على أن أهمية الإعلام المباشر تزداد في فترة التغيير الاجتماعي أو السياسي التي يمر بها مجتمع ما، مثل الثورات الاجتماعية أو الانقلابات السياسية أو الانتخابات أو الحروب وغير ذلك من الأمور المشابهة، ترى ذلك في كثير من حركات التحرير الوطني في العالم الثالث وفي الثورة الثقافية في الصين و ثورة الخميني في إيران. فالإعلام المباشر في هذه المجتمعات لعب دوراً كبيراً في الدعوة إلى التغيير، وكان للإعلام المباشر أيضاً دور بارز فيما جرى من متغيرات في الاتحاد السوفيتي ودول شرق أوروبا^(١٠).

إن تبني الفرد لأي فكرة جديدة يمر بخمس مراحل، وهي الإدراك والاهتمام، ثم المحاولة ثم الاقتناع وأخيراً الاعتناق أو التبني، وقد أكدت البحوث العلمية أن وسائل الإعلام الجماهيرية تكون ذات تأثير أكبر في مرحلة الإدراك مما هي عليه في المراحل التالية إذا ينتقل الفرد بعد تعرضه لوسائل الإعلام الجماهيرية وتحديد ما هو جديد بالنسبة له، إلى عائلته وجيرانه وأصدقائه، يسألهم ويناقشهم بالجديد الذي تعرف عليه، لذلك فإن وسائل الإعلام الجماهيرية أهم للمتبنين الأوائل، في حين أن الإعلام المباشر أهم بالنسبة للمتبنين الأواخر^(١١).

وهناك العديد من الشواهد التي تؤكد إدراك الجماعات الدينية المتشددة للإمكانيات الهائلة للإعلام المباشر، فمن الملاحظات اللافتة للنظر أن معظم من انضموا إلى هذه الجماعات المتشددة، تم تجنيدهم عن طريق الاتصال الشخصي من قبل زملائهم في الجامعة أو المعهد أو عن طريق الأقارب والأصدقاء، كما تبين أن الكثير من العناصر المتشددة تجمع بينهم روابط القرابة أو المصاهرة أو

الجيرة أو الزمالة. ولقد أسهمت تلك الصلات في توثيق روابط العقيدة بينهم، ولعل ذلك يفسر السبب في الصعوبة التي واجهها جهاز الأمن في اختراق بعض الجماعات المتشددة من الداخل.

إن أسلوب الدعوة والتجنيد في معظم الجماعات المتشددة يتم عن طريق الحوار الشخصي أو المناظرات الجماعية الجدلية، وخاصة في المساجد بعد صلاة الجمعة، حيث يتم شرح فكر الجماعة وتوجهاتها أو الرد على ما يثار ضدها من انتقادات، وقد بلغ من اهتمام هذه الجماعات بالدعوة أن تفرغ بعضهم بالكامل لها، فتقوم الجماعة بإعالة هذا المتفرغ حتى لا يضطر للانشغال بشيء آخر، ويختار لهذه المهمة أشخاص يتميزون بالقدرة على الإقناع والجدل والمحاورة والفصاحة وطلاقة اللسان والبراعة في استخدام أساليب التأثير البياني.

وهم في ذلك يقتدون بالخوارج الذين عرفوا في تاريخ الإسلام بفصاحتهم وبراعتهم في الخطابة والتأثير في الناس، لدرجة أنه قيل إن حديثهم أسرع إلى القلوب من النار إلى اليراع، كما يحكي أن الخليفة الأموي عبد الملك بن مروان سمع برجل من الخوارج، فدعاه لمجلسه وطلب منه الرجوع عن مذهبه، ثم تكلم الخارجي فجعل يشرح مذهبه ويزينه بلسان طلي حتى قال الخليفة: لقد كاد يوقع في خاطري أن الجنة خلقت لهم وأنني أولى بالجهاد منهم ثم رجعت إلى ما ثبت الله على من الحجة ووقر في قلبي الحق!.

وهناك الكثير من الشواهد التي تؤكد وعي جماعات الإسلام السياسي بخطورة الدور الذي يلعبه الاتصال والإعلام المباشر في نشر الأفكار، ولعل ذلك يفسر شدة اهتمامها بالتسلل إلى كل المنافذ التي يمكن أن يتحكموا من خلالها في وسائل الإعلام المباشر في المجتمع. وعلى سبيل المثال ركزوا

جهودهم في التسلل إلى كلية دار العلوم بجامعة القاهرة لمعرفة كيف يكونها المصدر الأساسي لتغذية المدارس الابتدائية والإعدادية بالمدرسين في معظم التخصصات، وهو الأمر الذي يمكنهم من غرس أفكارهم في عقول النشء في سن مبكرة، كذلك حاولوا التسلل إلى كليات التربية وكليات التربية النوعية. وفي الوقت الذي نراهم لا يقبلون على الالتحاق بالكليات الأزهرية العملية كالطب والهندسة، نراهم يكادون يحتكرون معظم الكليات الأزهرية النظرية لكونها مصدراً رئيسياً لمدرسي اللغة العربية في مدارس وزارة التربية والتعليم، كما أنها المصدر الأول للوعاظ وخطباء المساجد.

لذلك لم يكن غريباً أن نرى الكثير من المدرسين والمدرسات في المدارس الحكومية والخاصة يفرضون على الطالبات ارتداء الحجاب، كما قام بعضهم بالفصل بين التلاميذ والتلميذات في المدارس المختلطة، وفي الوقت ذاته وجد الكثير من الوعاظ والخطباء في المساجد الحكومية والأهلية يدعون صراحة لأفكار الجماعات المتشددة بين المصلين، وقد اعترف وزير تعليم سابق بأنه قام باستبعاد ألف مدرس من التدريس، وحولهم إلى وظائف إدارية لاعتناقهم الأفكار المتطرفة، ورغم ضخامة الرقم إلا أنه في نظر البعض لا يمثل الحقيقة كلها.

اعتقد أننا الآن مؤهلون للإجابة عن التساؤلات التي طرحت في البداية، حول مدى مسؤولية الإعلام في نشر التطرف، إن بذرة التطرف التي انبثقت داخل السجون والمعتقلات في الستينات ما كان لها أن تنمو وتنتشر في المجتمع المصري دون مساعدة فعالة من وسائل الإعلام، ولحق نقول إنه إذا كان السادات مسؤولاً عن نشر الفكر المتطرف بسبب تشجيعه التيارات الدينية المتشددة لمواجهة معارضييه من الناصريين واليساريين، فإن أساليب القمع غير الإنسانية وغير المبررة في السجون والمعتقلات الناصرية قد أوجدت هذا الفكر.

وفي الوقت ذاته فإن تقاعس الإعلام عن مواجهة المتشددين ولفترة طويلة من الثمانينات، مكن هذا الفكر المتطرف من الوصول إلى مواقع مؤثرة في المجتمع وخاصة في النقابات والجامعات، مما أصاب بعض فصائل المتشددين بالغرور الذي صور لهم قدرتهم على القفز إلى السلطة في بداية التسعينات. وعندئذ أدركت الدولة متأخرة حجم الخطر فلجأت إلى المواجهة الأمنية العنيفة لجماعات التطرف، فكان أن تحول التطرف إلى إرهاب.

الإعلام هو الحل

من المؤكد أن مصر عانت كثيراً من تبعات تحول بعض جماعات الإسلام السياسي من التطرف إلى الإرهاب، وقد خرجت البلاد من التجربة بالعديد من الدروس، لعل من أهمها أن المواجهة الأمنية لا تكفي وحدها لحل المشكلة، وإنما لابد وأن يسير معها على خط واحد حلول سياسية واقتصادية واجتماعية وثقافية.

والإعلام واحد من هذه الحلول، ولعله أخطرها وأكثرها تأثيراً في دفع كلا الطرفين: السلطة وجماعات الإسلام السياسي إلى تبني الخيار الديمقراطي.

فالحل الإعلامي للمشكلة يقوم على إمكانية أن يلعب الإعلام دوراً في دفع جماعات الإسلام السياسي المعتدلة إلى الانحياز إلى الخيار الديمقراطي والانخراط في العملية السياسية الديمقراطية في مجتمعاتها، وفي الوقت ذاته يقوم الإعلام، بتشجيع النظم السياسية العربية إلى الانحياز إلى الخيار الديمقراطي وتطوير العملية السياسية في المجتمع باتجاه الديمقراطية، كوسيلة لجذب تيار الإسلام السياسي المعتدل للمشاركة في العملية السياسية.

إن محاصرة تيار الإسلام السياسي المعتدل، والضغط المستمر عليه لا يمكن أن يستمر إلى ما لا نهاية، وقد يدفع القمع المستمر والضغط المتواصل والحرمان من العمل السياسي فئات من هذا التيار المعتدل إلى التحول إلى التيار المتطرف يأساً من حدوث تطور في العملية السياسية الديمقراطية، هذا الدور

المزدوج للإعلام لا بديل عنه لتجنب وقوع صراع لا مفر منه إذا ما ظلت المواقف جامدة دون تغيير أو تطوير.

ويمكن في هذا المجال الاستفادة من تجربة دول غرب أوروبا مع الأحزاب الشيوعية والاشتراكية في النصف الأول من القرن الماضي، حيث تمكنت هذه المجتمعات من استيعاب الكثير من الأحزاب والتنظيمات الشيوعية والاشتراكية وإشراكها في العملية السياسية من خلال تهيئة الظروف المناسبة لإيجاد تقارب تدريجي بين السلطة والأحزاب الشيوعية والاشتراكية، بحيث انتهى الأمر بالاعتراف المتبادل بين الطرفين.

لقد شهدت دول غرب أوروبا في نهاية القرن التاسع عشر وبداية القرن العشرين تطورات سياسية واقتصادية واجتماعية وثقافية بالغة الأهمية، حيث أدى نمو الصناعة في هذه الفترة إلى زيادة حدة المنافسة، وهدد ذلك في كثير من الأحيان سلامة البناء الاقتصادي للمجتمع كله، وقد دفع ذلك الخطر إلى اتخاذ مجموعة من الإجراءات والتشريعات التي تسمح بتدخل الدولة في الاقتصاد الرأسمالي بحيث اتسع المفهوم الليبرالي ليشمل الحركة التي أطلق عليها دولة الرفاهية أو الخدمة العامة أو دولة الرفاهية العامة، وهي حركة تدعو إلى تدخل الدولة لتحقيق مجموعة من التشريعات التي تستهدف تخفيف حدة الرأسمالية عن طريق تقديم بعض التنازلات لصالح الطبقة العاملة والفقراء كقوانين التأمين ضد البطالة والتأمين ضد العجز والتأمين الصحي والتأمين على الحياة، بل إن أفكاراً مثل الضرائب التصاعدية التي تفرض لصالح الأغلبية صارت جزءاً أساسياً من الفكرة الليبرالية، وأصبح جوهر المبدأ الليبرالي يقول بأن الملكية الخاصة لوسائل الإنتاج يجب أن تبقى، ولكن لأبد وأن ينظم نتاج هذه الملكية بحيث يمكن تقديم العون لمن لا تمكنهم أجورهم من التمتع بمستوى معيشي معقول، لذلك فقد صار المثل الأعلى الليبرالي هو إقامة دولة الرفاهية.

وفي هذه الفترة كانت غالبية الأحزاب الاشتراكية في دول غرب أوروبا تدين بالماركسية مثل الحزب الاشتراكي الديمقراطي الألماني (١٨٧٥م) والاتحاد الديمقراطي الأسباني (١٨٧٩م) والاتحاد الاشتراكي الديمقراطي الدانمركي (١٨٧٩م) والاتحاد الديمقراطي الاشتراكي في بريطانيا (١٨٨٤م). ولكن سرعان ما بدأت هذه الأحزاب في الابتعاد تدريجياً عن الماركسية مع بداية القرن العشرين عندما أدخلت تغييرات جوهرية على قوانين الانتخابات في كثير من دول غرب أوروبا جعلت من الممكن أن يحصل الاشتراكيون على عدد من المقاعد البرلمانية التي منحتهم قوة سياسية أخذت تنمو باستمرار ومكنتهم بالتدريج من الحصول على مكاسب هامة لجمهور الناخبين، وبمرور الوقت صار من الممكن لهذه الأحزاب أن تحصل على الأغلبية البرلمانية، وأن تصل إلى الحكم^(١٢).

ولم تكد الحرب العالمية الأولى تضع أوزارها (١٩١٤-١٩١٨م) حتى كان الطلاق قد تم نهائياً بين الأحزاب والحركات الاشتراكية الديمقراطية وبين الماركسية، وتشكل الأساسي الأيديولوجي للمذهب الاشتراكي الديمقراطي الذي يقوم على الديمقراطية البرلمانية بدلاً عن دكتاتورية البروليتاريا، والذي يرى أن الاشتراكية يمكن أن تقوم عن طريق الأسلوب البرلماني بدلاً من الثورة، والذي يؤمن بالقومية لا بالأممية، رافضاً في نفس الوقت مفهوم الثورة العالمية.

وبعد أن كانت الماركسية تبسيط ظلها على جميع أعضاء الدولية الأولى (١٨٦٤م) والدولية الثانية (١٨٨٩م) انفصل الجناح الثوري في الحركة الاشتراكية ليكون الدولية الثالثة (الكومنترن) في ١٠ مارس ١٩١٩م وضمت الأحزاب التي اعتمدت الأيديولوجية الماركسية برنامجاً لها، بينما أحيا الجناح الإصلاح في الحركة الاشتراكية (الدولية الثانية) في عام ١٩١٩م، وضمت الأحزاب الاشتراكية الديمقراطية وسميت الدولية الثانية بدولية العمال

الاشتراكيين وذلك في مؤتمر هامبورج عام ١٩٢٣م، ولا تزال هذه الدولية قائمة حتى اليوم وتضم غالبية الأحزاب والحركات الاشتراكية الديمقراطية في العالم^(١٣).

ومن المهم أن نؤكد أن الإعلام وبخاصة الصحافة لعبت دوراً كبيراً في أحداث هذا التقارب المتبادل الذي حدث بين الأحزاب الماركسية الأوروبية وبين الحكومات في بلدانها، حيث أتاحت حرية الصحافة في هذه المجتمعات الديمقراطية مناخاً مناسباً لحوار استمر طويلاً بين الطرفين وقد أدى في النهاية إلى التقريب بينهما، بحيث شكلت الصحافة ميادين اختبار لمدى جدية الخيار الديمقراطي لدى الطرفين، وبعد سنوات غير قليلة من الفشل وعدم الثقة، أتى الحوار بثماره التي تجسدت في تطوير الحكومات الغربية لقوانينها بحيث تسمح بمشاركة الأحزاب الاشتراكية في الانتخابات البرلمانية وفي الحكم، ومن ناحية في تطوير الأحزاب الاشتراكية الأوروبية لأفكارها بحيث تخلت عن مفاهيم الثورة ودكتاتورية البروليتاريا لصالح الانتخابات الديمقراطية والوصول إلى الحلم عن طريق البرلمان.

واعتقد أن التجربة المصرية في التعامل مع جماعات الإسلام السياسي وخاصة الجناح المعتدل منها، قد سارت خطوات غير قصيرة في مسألة التقارب بين السلطة وجماعة الإخوان المسلمين وكافة أطراف الجناح المعتدل في العمل الإسلامي^(١٤).

ورغم التشدد الظاهر من السلطة في عدم الاعتراف بشرعية الجماعة، إلا أن السلطة أبدت أخيراً استعدادها للاعتراف بشرعية الجماعة إذا ما قامت بتشكيل حزب سياسي لا يخلط بين الدين والسياسة، ورغم أن الجماعة استقبلت هذه الدعوة بتحفظ إلا أنها سرعان ما بدأت تفكر بالفعل في التحول إلى حزب سياسي، وقدمت إلى الرأي العام مشروعاً لبرنامج هذا الحزب بدا واضحاً فيه

أنها لم تحسم بعد فكرة عدم الربط بين الدين والدولة، بدليل أن برنامج الحرب المقترح نضمن اقتراحاً بتشكيل لجنة من علماء الدين ويعرض عليها قرارات المجالس النيابية لإجازتها وكذلك قرارات رئيس الجمهورية التي تصدر بقانون في غيبة البرلمان، وهو ما يجعل برنامج الحرب المقترح أقرب إلى الدعوة إلى الدولة الدينية وأبعد عن الدعوة إلى الدولة المدنية.

ولن يكون هذا هو نهاية المطاف في العلاقة بين السلطة وجماعة الإخوان المسلمين وإنما هي خطوة في طريق طويل للتقارب بين الطرفين وقد علمتنا التجربة أنهما يتقدمان في طريق التقارب خطوتين، ثم يتراجعان خطوة وهكذا، ففي إحدى المرات سمحت السلطة للجماعة بدخول البرلمان تحت لواء حزب الوفد عام ١٩٨٤م، ومرة ثانية سمحت الحكومة للجماعة بدخول البرلمان كمستقلين عام ٢٠٠٥م، فهل تكون الخطوة القادمة السماح لهم بدخول الانتخابات وبالتالي البرلمان كأعضاء في حزب سياسي خاص بهم؟.

المهم أن يستمر السير في طريق التقارب مهما بدت الخطوات بطيئة، ولا يجب أن يزعجنا كثيراً عمليات القبض والإفراج المستمرة من قبل السلطة لأفراد وقيادات من الجماعة، فهذا يندرج غالباً في التراجع خطوة، قبل التقدم بخطوتين! وفي هذه الفترة بالذات يمكن للإعلام وبخاصة الصحافة أن تلعب دوراً هاماً في عملية التقارب بين الطرفين، حيث تتاح الفرصة للجماعة بأن تطرح أفكارها بدون قيود أو ضغوط، وفي المقابل يجري مناقشة هذه الأفكار ونقدتها بموضوعية ورغبة في خلق حوار جاد وصحي يؤدي إلى التقارب لا إلى التبعاد، وصحيح أن بعض أفراد في الجماعة وكذلك عدد من المتعاطفين معها يطرحون بين حين وآخر جانباً من أفكار الجماعة ورؤياها، ولكن هذا لا يكفي وحده لإقامة حوار بناء بين الطرفين، بل يحدث في أحيان كثيرة أن يسعى بعض من يعبرون عن الجماعة في الصحافة ووسائل الإعلام إلى إشعال الخلاف بين

الطرفين والإيقاع بينهما رغبة في استمرار الصدام لمصالح أطراف أخرى بعضها معروف ومرئي وآخر مجهول وغير مرئي، وإذا ما أجرينا تحليلاً لمضمون عدد من الصحف الخاصة وبعض الصحف الحزبية التي تقدم نفسها كمدافع عن الإخوان المسلمين، فسوف نكتشف أنهم لا يخدمون الجماعة وأفكارها بقدر ما يخدمون مصالحهم ويضرون بالجماعة، لذلك يحتاج تطوير التقارب بين السلطة والإخوان المسلمين، أن يسمح لهم بأداة إعلامية صريحة وواضحة للتعبير عنهم، يمكن من خلالها إجراء حوار علني مع أفكارهم على مرأى ومسمع من الشعب كله ليكون مشاركاً في الحوار وشاهداً أو رقيباً في ذات الوقت.

وإذا كان الجيش قد لعب دور (الضامن) لاستمرار الديمقراطية في التجربة التركية فإن تنمية وعن الشعب بضرورة الديمقراطية سيلعب دور الضامن في التجربة المصرية والإعلام وحده هو القادر على إقناع المواطنين بضرورة الديمقراطية، والنظر إليها كأسلوب حياة يلزم الجميع بمسئولياتهم ويصون في ذات الوقت حقوقهم، عندئذ يصير الشعب قادر على حماية نفسه من المغامرين والإنقلابيين وأنصار السلطة المطلقة، سواء ارتدوا زي العسكر أو مسح رجال الدين.

هوامش الفصل الثامن

- 1- Stevenson. N: Understanding Media Cultures, Social Theory and Masscommunication. Sage. Publications. London. 1995. p.p. 42- 47.
- 2- Tofler. A.: The Third Wave. Macmillan. London. 1980, p.p. 202-209.
- ٣- رمضان. عبد العظيم: جماعات التكفير في مصر، الأصول التاريخية والفكرية- الهيئة المصرية العامة للكتاب- القاهرة- ١٩٩٥، ص٩٤.
- ٤- كمال محمد. إيهاب: الإخوان المسلمون- الحرية للنشر والتوزيع- القاهرة- ٢٠٠٦م- ص٢٥- ٢٦.
- ٥- علي. عبد الرحيم: الإخوان المسلمون، أزمة تيار التجديد. مركز المحروسة للنشر والخدمات الصحفية والمعلومات القاهرة ٢٠٠٤، ص٦٨.
- ٦- الكتاب السنوي لاتحاد الإذاعة والتلفزيون عن الأعوام من ١٩٧٩-١٩٨١م.
- ٧- المصدر السابق.
- 8- Winston. B.: Media Technology and Society. A History from the telegraph to the Internet. Routledge. London. 1998. p.p. 33- 36.
- 9- Karen. S: Strategic Political communication, Rethinking, Social influence persuasion, and propaganda. Rowman and littlefield. London. 2004. p.p. 42- 48.
- 10- Poster. M.: The Second Media Age. Cambridge. London. New york. 1995. p.p. 82- 87.

- 11- Holmes. David: Communication theory. Sage. London. New york. 2005. p.p. 122- 132.
- 12- Ball. Terence and Dagger. Richardb: political ideologies and the Democratic Ideal. HarperCollins. Publishers. New york. 1997. p.p. 15- 20.
- 13- Novak. Michael: The Spirit of Democratic Capitalis m. Atouchstone Book. New york. Therd Edition. 2001- p.p. 29- 31.

١٤- لمزيد من التفاصيل في مجال العلاقة بين السلطة وجماعات الإسلام السياسي أنظر:

Mourad. Mahmoud: the terrorist phenomenon. General Egyptian Book Organization. Cairo. 1997.

الشيخ. ممدوح: الجماعات الإسلامية المصرية المتشددة. مكتبة مدبولي - القاهرة - ٢٠٠٥م.

يوسف. السيد: الإخوان المسلمون والدولة الإسلامية - العربي للنشر والتوزيع - القاهرة - ١٩٩٦م.

رمضان. عبد العظيم: الإخوان المسلمون والتنظيم السري - الهيئة المصرية العامة للكتاب - القاهرة - ١٩٩٣م.

كروم. حسنين: الإخوان المسلمون والصلح مع إسرائيل - القاهرة - ١٩٨٥م.

عبد الفتاح. نبيل: المصحف والسيف، صراع الدين والدولة في مصر - مكتبة مدبولي القاهرة - ١٩٨٧م.

الفصل التاسع

الإعلام وقضايا التحول الديمقراطي

تتنوع النظم السياسية في العالم، وتتنوع معها مستويات الديمقراطية، وما زالت هناك حتى الآن نظم سياسية غير ديمقراطية رغم الاهتمام بنشر الديمقراطية في العقدين الأخيرين وخاصة بعد انهيار الاتحاد السوفيتي ومنظومة الدول الاشتراكية مع مطلع تسعينات القرن الماضي.

ومن المهم أن نعترف أن الديمقراطية المثالية غير موجودة في أي مكان في العالم، ورغم ذلك فقد نجح الإعلام في أن يخلق عند الناس إحساسا عاما بأننا نعيش في عصر تحول ديمقراطي، بحيث أصبحت معظم نظم الحلم تقريبا تدعي أنها ديمقراطية وتقيم شرعيتها على هذا الأساس.

وقد أصبح هناك شبه أجماع دولي على أن احترام حقوق الإنسان، وحرية المرأة، أصبحا اليوم من ضمن المعايير الرئيسية التي يقاس بها مدي توفر الديمقراطية في أي مجتمع أنساني، إضافة إلى ظهور معايير جديدة تتزايد أهميتها مع الوقت مثل استقلالية الإعلام المحلي في مواجهة العولمة وموضوعية التغطية الإخبارية.

أن المواطن في أي مجتمع هو صاحب المصلحة في قضايا التحول الديمقراطي وفي مقدمتها احترام حقوق الإنسان وحرية المرأة واستقلال الإعلام المحلي والموضوعية في التغطية الإخبارية وعندما يقوم الإعلام بدوره في خدمة هذه القضايا فهو يحقق بذلك ديمقراطية الإعلام وشعبيته في ذات الوقت.

الإعلام وحقوق الإنسان

من الإنصاف أن نعترف بالدور المؤثر الذي قامت به وسائل الإعلام في السنوات الأخيرة في التعريف بمبادئ وثقافة حقوق الإنسان، وتصديها في حالات غير قليلة لبعض انتهاكات حقوق الإنسان، وقيامها بكشف وإحاطة الرأي العام بها، كذلك شكلت وسائل الإعلام نوعاً من الحماية لجمعيات حقوق الإنسان، ولبعض الناشطين في هذا المجال، في ظل موقف الأجهزة غير المتحسمة لحركة حقوق الإنسان^(١).

وفي حالات غير قليلة أدى قيام وسائل الإعلام بالتغطية الإعلامية لبعض انتهاكات حقوق الإنسان إلى خلق رأي عام رافض لهذه الانتهاكات مما شكل قوة ضغط معنوية أدت إلى وقف هذه الانتهاكات أو تحجيمها أو محاسبة المتسببين فيها أو المسؤولين عنها^(٢).

ومن المهم الاعتراف أيضاً بوجود العديد من الممارسات الإعلامية غير الإيجابية لقضايا حقوق الإنسان في مصر والعالم العربي ومنها النظر إلى ثقافة حقوق الإنسان باعتبارها نتاجاً للثقافة الغربية المعادية للعرب والإسلام، وكذلك باعتبارها محاولة من الولايات المتحدة الأمريكية ودول الغرب لتحديد أجندة القضايا في مصر والعالم العربي، واستبدال القضايا الوطنية والقومية في هذه الأجندة والتي تعبر عن مصالح الشعب المصري والشعوب العربية بالقضايا التي يتبناها الغرب والتي تعبر عن مصالحه.

وهناك بعض المعالجات الإعلامية التي تربط بين بعض المؤسسات العاملة بحقوق الإنسان وبين التمويل الأجنبي، وما يثيره ذلك من مخاوف الاختراق المادي لمنظمات المجتمع المدني.

وهناك بعض الممارسات السلبية في المعالجة الإعلامية لقضايا حقوق الإنسان ترتبط العمل الإعلامي ونمط الملكية السائد في وسائل الإعلام ومساحة الحريات المتاحة و مستوى الأداء الإعلامي، ومن نماذج هذه الممارسات، غلبة التغطية التسجيلية علي حساب التغطية الإعلامية التفسيرية والتحليلية الأكثر عمقاً مما أدى إلي شيوع ظاهرة عدم الدقة في بعض المعالجات الإعلامية لقضايا حقوق الإنسان، ومنها تزايد طابع الإثارة علي بعض هذه المعالجات الإعلامية وخاصة في بعض الفضائيات، وكذلك في العديد من الصحف، وبخاصة في القضايا التي تتعلق بالحقوق السياسية ، حيث يلاحظ أن القيم الإعلامية السائدة في بعض هذه الممارسات الإعلامية السلبية، التي يتم علي أساسها تقييم واختيار ما ينشر أو يذاع، وكذلك تحديد حجم ومساحات الوقت الذي تخصصه وسائل الإعلام لقضايا حقوق الإنسان، لا يراعي القيمة الحقيقة للموضوعات المعالجة، بقدر ما يراعي ما يتوفر فيها من عناصر الجذب والإثارة للقراء أو المستمعين أو المشاهدين^(٣).

وهناك أيضاً نقص المصادقية لبعض المعالجات الإعلامية لقضايا حقوق الإنسان، بسبب الجروح إلي المبالغة، وعدم الموضوعية، بحيث تكون أقرب إلي الدعاية منها إلي الإعلام.

أضف إلي ذلك غياب التأهيل الإعلامي الكافي والمتخصص للإعلاميين الذي يعالجون قضايا حقوق الإنسان، وبخاصة من شباب الإعلاميين^(٤).

ولكل الأسباب والظواهر السابقة ظهرت الحاجة إلي وجود رؤية جديدة لنشر ثقافة حقوق الإنسان، بهدف تعزيز وتنمية حماية حقوق الإنسان، وترسيخ قيمها،

ونشر الوعي بها والإسهام في ضمان ممارستها، وذلك بالاستعانة بالمؤسسات والأجهزة المختصة بشئون التعليم والتنشئة والإعلام والتثقيف، وأن يتم ذلك بالتنسيق مع كافة وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري والمباشر، العامة والخاصة بحيث يتم الاستخدام الأمثل لوسائل الإعلام لتعزيز وتنمية حماية حقوق الإنسان وترشيد قيمها ونشر الوعي بها والإسهام في ضمان ممارستها وكذلك تطوير التغطية الإعلامية لكافة نشاطات حماية حقوق الإنسان من خلال التعاون والتنسيق مع كافة وسائل الإعلام الجماهيرية وقنوات الاتصال المباشر أضفت إلي ذلك أهمية الاستخدام الواعي لوسائل الإعلام في نشر ثقافة حقوق الإنسان وتوعية المواطنين بها، وسد الفجوات الاتصالية بين المواطنين في الحضر والريف وبين الرجال والنساء^(٥).

أن التناول الإعلامي لقضايا حقوق الإنسان ينبغي أن يعتمد علي منهجية الحوار والتبادل الحر للأفكار والآراء وقبول التعددية في المواقف والاتجاهات، وذلك انطلاقاً من كون موضوع حقوق الإنسان يمثل تاريخياً أحدي القضايا الخلافية المثيرة للجدل بين أصحاب الرؤى الفكرية بمرجعياتهم السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية، وذلك سعياً لتطوير مناخ يعترف بحق الاختلاف ويحترم لغة الحوار والمناقشة الموضوعية بعيداً عن التعصب وفرض الرأي.

ولا بد من تكامل دور وسائل الإعلام الجماهيري وقنوات الاتصال المباشر ووسائل التثقيف والتنشئة الاجتماعية في التعبير عن قضايا حقوق الإنسان^(٦) ، مع الاعتراف بأهمية وجود آلية منتظمة ومستمرة للمتابعة و التقييم والتطوير للخطط والسياسات والبرامج الإعلامية الخاصة بقضايا حقوق الإنسان، وكذلك أهمية التواصل المستمر بين الإعلاميين المهمتين بقضايا حقوق الإنسان والباحثين المهمين بهذا المجال حتى يتسنى من خلال ذلك تشخيص واقع حقوق

الإنسان بدقة مع إمكانية استفادة الإعلاميين من نتائج الدراسات التي يقوم بها الباحثون^(٧).

ومن الضروري قيام وسائل الإعلام بحسن انتقاء الإعلاميين الذين توكل إليهم مهمة الإعلام عن حقوق الإنسان وتزويدهم بالقيم المرغوبة في التغطية الإعلامية لقضايا حقوق الإنسان، وكذلك البعد عن المعالجات الإعلامية الجزئية أو الهامشية وعدم تناول قضايا حقوق الإنسان بمعزل عن الواقع السياسي والاقتصادي والاجتماعي، وتجنب الأسلوب الدعائي والتوجيه المباشر في المعالجات الإعلامية لقضايا حقوق الإنسان وترشيد المعالجات الإعلامية التي تعتمد على استغلال قضايا حقوق الإنسان كمصدر للإثارة.

ومن المهم العناية بتدريب وتأهيل كافة القائمين بالاتصال في قضايا حقوق الإنسان الذين يشملون شريحة واسعة تضم الصحفيين والكتاب والإعلاميين في الإذاعة والتلفزيون والقنوات الفضائية والانترنت من المهتمين بقضايا حقوق الإنسان وهناك أيضاً القائمون بالاتصال الذين يقوم عليهم الاتصال المباشر ومنهم قيادات المجتمع المحلي وقادة الرأي الطبيعيين من رجال الدين والمدرسين والأطباء والمرشدين الزراعيين وغيرهم من أفراد النخبة المثقفة في أي مجتمع محلي، وكذلك هناك نشطاء مؤسسات حقوق الإنسان ومنظمات المجتمع المدني، والباحثون في المراكز العلمية والبحثية في مجالات الإعلام والاتصال.

ومن المهم العمل على تأهيل وتدريب القائمين بالاتصال على كيفية الإعلام عن ثقافة حقوق الإنسان وتنمية مهاراتهم الإعلامية، على أن يراعي في عمليات التأهيل والتدريب تنوع الاحتياجات الإعلامية، للقائم بالاتصال حسب طبيعة الوسيلة الإعلامية ووفق خصائص الجمهور المستهدف.

كذلك من المهم الاهتمام بالإعداد الجيد للرسائل الإعلامية، وتوفير المادة العملية الصحيحة والدقيقة، والبعد عن التعميم والمجردات، أو الإغراق في

التنظيم وتجاهل الواقع المعاصر، والتركيز علي المعالجة النقدية لانتهاكات حقوق الإنسان بهدف كشفها للرأي العام وتقويمها، والتركيز علي الخطاب الديني المستنير لحماية حقوق الإنسان، حتى لا يساء استغلاله من جانب البعض في تبرير انتهاك حقوق الإنسان مع ضرورة التأكيد علي أهمية المضمون الترفيهي (خاصة الدراما) في طرح قضايا حقوق الإنسان بأشكال متنوعة وجذابة لجماهير مختلفة من المواطنين، وهو الأمر الذي يتطلب إجراء مزيد من الحوار والتفاعل مع المبدعين وكتاب الدراما لإيجاد إطار مشترك لمعالجة قضايا حقوق الإنسان.

كذلك من المهم إعداد قاعدة بيانات ومعلومات حول مختلف القضايا والشخصيات المتصلة بالمجالات ذات العلاقة بحقوق الإنسان وتزويد وسائل الإعلام بها ليتم الاستفادة منها كمصادر للمواد الإعلامية أو ضيوف للبرامج المختلفة وإعداد ملفات إعلامية تتضمن معلومات خلفية حول الموضوعات الخاصة بحقوق الإنسان وتزويد الإعلاميين ووسائل الإعلام بها للاستفادة منها في الإعداد الجيد للمواد الإعلامية الخاصة بحقوق الإنسان.

ويكتمل الجهد السابق مع تشجيع منظمات حقوق الإنسان للتعاون مع المؤسسات الأكاديمية ومراكز البحوث العلمية في إعداد ملخصات للبحوث والدراسات المتصلة بقضايا حقوق الإنسان، وتزويد وسائل الإعلام بها.

ورغم سنوات عمرها القصيرة نسبياً فقد تحصلت جمعيات حقوق الإنسان علي خبرات متراكمة في كيفية استخدام وسائل الإعلام في التوعية بحقوق الإنسان، ومن ابرز الوسائل الإعلامية التي استخدمتها حركة حقوق الإنسان: البيانات الصحفية؛ والنداءات العاجلة، والتقارير النوعية التي تعالج ظاهرة بعينها في فترة زمنية معينة مثل ظاهرة العنف أو التعذيب أو حرية الإعلام وغيرها، وهناك التقارير الشاملة التي تعالج أوضاع وظواهر دائمة مثل حقوق المرأة وحرية الصحافة وغيرها، هناك التقارير السنوية وكذلك لوحظ الاهتمام بإصدار

النشرات الإعلامية غير الدورية، فضلاً عن الاهتمام بوسائل الإعلام المباشر عبر الحلقات النقاشية والندوات والمؤتمرات^(٨).

ويلاحظ محدودية النشاط الإعلامي لجمعيات حقوق الإنسان عبر وسائل الاتصال الجماهيري وخاصة الراديو والتلفزيون وبنسبة أقل الصحافة، ولعل ذلك يعود إلى نمط الملكية السائد في الإعلام الإذاعي والتلفزيوني، حيث تملك الدولة كافة الخدمات الإذاعية والتلفزيونية الأرضية في كثير من الدول النامية ومنها المنطقة العربية.

كذلك فإن الجمعيات حقوق الإنسان تجربة متميزة في التعامل مع وسائل الإعلام الدولي، حيث حرصت وخاصة في فترة نشأتها الأولى على إحاطة الرأي العام الدولي بكافة المستجدات على ساحة حقوق الإنسان عن طريق مخاطبة المنظمات الدولية والهيئات التابعة للأمم المتحدة مثل لجان حقوق الإنسان ومنظمة العمل الدولية، وكذلك عن طريق الصحف الدولية ووكالات الأنباء الدولية، ونشر الرسائل الإعلامية عبر الانترنت، ولم يقتصر الإعلام الدولي لمنظمات حقوق الإنسان على وسائل الاتصال الجماهيري، وإنما نشطت أيضاً في استخدام وسائل الاتصال الدولي المباشر، عبر عقد اللقاءات مع ممثلي المنظمات الدولية والدبلوماسيين الأجانب، وعقد المؤتمرات الصحفية التي تجمع وسائل الإعلام المحلية والإقليمية والدولية^(٩).

ومن المهم أن نخضع تلك التجارب الإعلامية للدراسة والتقييم لكي نستفيد من إيجابياتها وأن نستبعد سلبياتها، كذلك من الضروري وضع دراسة تفصيلية عن وسائل الإعلام والاتصال الجماهيرية وذلك للتعرف على الوسائل الأكثر مناسبة للتعبير عن قضايا حقوق الإنسان، والأكثر تأثيراً في نشر ثقافة حقوق الإنسان^(١٠).

إن كثيراً من قضايا حقوق الإنسان هي بطبيعتها قضايا خلافية تحتاج إلى

طرح الرأي والرأي الآخر وصولاً إلى إقناع الرأي العام بهذه القضايا، ومن المعروف أن الاقتناع برأي أو فكر ما يمر بخمسة مراحل وهي: الإدراك ثم الاهتمام، ثم المحاولة أو التجربة، ثم الاقتناع ثم التبني فلا يمكن أن يتحقق بدون الاتصال المباشر، الشخصي أو الجمعي ومن هنا فمن الضروري الاهتمام بوسائل الاتصال والإعلام المباشر في نشر ثقافة حقوق الإنسان، فهي الأكثر قدرة على الإقناع بحكم تعاملها مع جماهير نوعية ومحدودة العدد، كما أنه يكون للقائم بالاتصال غالباً خبرة في التعامل مع هذا الجمهور^(١١).

وهكذا يتضح أنه كلما زادت مساحة الديمقراطية الإعلامية في مجتمع ما، زادت قدرة وسائل الإعلام على خدمة قضايا حقوق الإنسان.

الإعلام وحرية المرأة

رغم أن المرأة تمثل نصف عدد السكان أو أكثر في معظم البلدان، إلا أنهم ما زلن يعاملن كأقلية، وغالبا ما تكون وطأة الفقر والتخلف وفقدان العدالة أشد وطأة على النساء منها على الرجال، ولقد أكدت العديد من الدراسات الإعلامية الميدانية، وفي أكثر من بلد، أن مواقف الجمهور من المرأة تشكل عاملا حاسما في تقرير أوضاع المرأة في المجتمع، كما تبين أن وسائل الإعلام تمارس تأثيرا قويا في تشكيل هذه المواقف، وللأسف فإن الصورة السلبية التي تقدم بها المرأة في وسائل الإعلام، قد ساهمت وبقدر مؤثر في استمرار الأوضاع المتردية للمرأة، ويعترف تقرير هام لمنظمة اليونسكو عن "الإعلام و المجتمع" قلما تصور النساء وهن يشاركن في جوانب ذات شأن في العمل أو وهن يشغلن وظائف ذات مستقبل أو مناصب في الحياة العامة، وتصور النساء عادة على أن نشاطهن يقتصر على الأعمال المنزلية أو العمل كسكرتيرات ومساعدات أو في وظائف مشابهة تحت أمره الرجال، بل أنه في المواقف العائلية والشخصية، تبدو النساء كما لو كن عاجزات عن اتخاذ القرارات دون توجيه من الرجال^(١٢).

وصحيح أنه في السنوات الأخيرة تولت النساء رئاسة الحكومة في عدد من البلاد، ولكن ذلك أمر استثنائي، فما زالت غالبية النساء محصورات في المراتب الدنيا من الحياة العامة، وفي كثير من البلاد أما أن يستبعدن من الاجتماعات

العامة أو ينتظر منهم الإنصات في صمت بينما يتحدث الرجال، والرجال في الغالب هم الذين يسيطرون على الأحزاب السياسية والنقابات، ورغم أن المرأة أصبحت تتمتع بحق التصويت في معظم البلاد، إلا أنه يصعب عليها ترشيح نفسها للانتخابات ولا تشكل النساء سوى أقلية ضئيلة في المجالس النيابية، كما إنهن ممثلات تمثيلا رمزيا في الوزارات وينعكس هذا الاختلال على عالم الاتصال والإعلام، فعادة لا تولى وسائل الإعلام عناية كافية للقضايا التي تهم المرأة بصفة خاصة (٢٠) سواء كانت أنشطة الحركات النسائية أو إسهامهم في النشاط الاجتماعي.

وفي وسائل الإعلام تصور المرأة على أنها تستهين بذاتها وتتوكل على غيرها، ويعوزها المنطق، وتؤمن بالخرافات ولا تتحكم في عواطفها، وفي الإعلانات بصفة عامة، تصور النساء، أما كربات بيوت ينحصر اهتمامهن في الاحتياجات المنزلية أو كرمز مغر للجنس يجعل السلع الاستهلاكية أكثر جاذبية عن طريق تداعي الأفكار (٢١).

أن الأثر الشامل لصورة المرأة في وسائل الإعلام هو دعم التحيز والقبول الجامدة بدلا من الحد منها، ومن شأن هذا التشويه للواقع أن يؤد الصورة السلبية للمرأة وأن يدعم الأوضاع المتخلفة التي تعاني منها (٢٢).

وعندما ننقل إلى معالجة أوضاع المرأة المصرية والعربية وصورتها في وسائل الإعلام المصرية، فإن المتابع المنصف للمعالجات الإعلامية لقضايا المرأة وشؤونها في وسائل الإعلام المصرية والعربية لا يستطيع أن ينكر حدوث تطور إيجابي ملموس في هذه المعالجات خلال السنوات القليلة الماضية ولذلك أسباب كثيرة لعل في مقدمتها تنامي دور المرأة في الحياة العامة ووصولها إلى مواقع مؤثرة في اتخاذ القرارات في المجتمع، وكذلك تزايد إقبال المرأة على التعليم وتفوقها في العديد من تخصصاته مما فتح أمامها أبواب مجالات جديدة

من الأعمال كانت قصرا على الرجال لسنوات طويلة، أضيف إلى ذلك أن المرأة أصبحت تشكل جزءا نشطا في حركة المجتمع المدني في العديد من الدول العربية، الذي يكسب كل يوم احتراما متزايدا لإرادته في العديد من القضايا، ومن بينها وقد يكون من أهمها قضايا المرأة وحقوقها.

رغم اعترافنا بما حدث من تطور إيجابي في المعالجات الإعلامية لقضايا المرأة وصورتها فما تزال هناك سلبيات كثيرة في هذه المعالجات، وعند إخضاعها للتحليل النقدي سوف نضع أيدينا على عدد من الملاحظات الهامة ومنها:

أن القيم الإعلامية السائدة في التغطية الإعلامية لشئون المرأة، التي يتم على أساسها تقييم واختيار ما ينشر أو يذاع، وكذلك تحديد حجم المساحة وحجم الوقت الذي تخصصه وسائل الإعلام للمرأة تركز على الاهتمامات التقليدية للمرأة نحو الموضة والأزياء والتجميل والمطبخ، وذلك على حساب الموضوعات التي تعالج قضايا المرأة وحقوقها ومشكلاتها.

وتزايد طابع الإثارة على المعالجات الإعلامية لشئون المرأة بصرف النظر عن القيمة الحقيقية للموضوعات المعالجة، حيث تستخدم المرأة في هذا الإطار كوسيلة لجذب الانتباه بالتركيز عليها كأثى لإثارة الغرائز وذلك في الإعلانات وبعض الأعمال الدرامية والفيديو كليب وبعض الصور المنشورة في الصحف، وقلة اعتماد وسائل الإعلام على المواطنين والمواطنات العاديين كمصدر للمادة الإعلامية، إذ يعتمد الإعلاميون غالبا على المسؤولين والمتخصصين كمصادر، ويأتي المواطنون في ترتيب متأخر وأحيانا يغيبون تماما مما يفقد المعالجات الإعلامية طابعها الجماهيري وعمقها الإنساني، وغياب الإدراك الكافي من جانب بعض وسائل الإعلام الجماهيرية لجماهيرها من النساء، سماتهن وخصائصهم واحتياجاتهن الإعلامية، واعتماد هذه الوسائل على التصورات

السابقة والانطباعات الشخصية غير الدقيقة في كثير من الأحيان مما يخلق فجوة بين ما ينشر أو يذاع وبين الاحتياجات الإعلامية الحقيقية للمرأة، وحين تلجأ بعض وسائل الإعلام إلى البحوث واستطلاعات الرأي العلمية للتعرف على خصائص جماهيرها من النساء واحتياجاتهن الإعلامية، فإن العوائق البيروقراطية وبعض الدوافع الشخصية تحول دون الاستفادة من نتائج هذه البحوث والاستطلاعات العلمية في تلبية رغبات المواطنات واحتياجاتهن الإعلامية.

وهناك أيضا ونقص المصادقية لبعض المعالجات الإعلامية لشئون المرأة، وذلك بسبب الجروح إلى المبالغة وعدم الموضوعية في بعض المعالجات، أو بسبب تجاهل المشاكل وعدم الاعتراف بالرأي الآخر في معالجات أخرى وفي حالات غير قليلة فإن ما تقدمه بعض وسائل الإعلام يدخل في باب الدعاية المباشرة أكثر مما يدخل في باب الإعلام، وغياب التأهيل الإعلامي الكافي والمتخصص للقائمين بالاتصال في صفحات وبرامج المرأة في وسائل الإعلام وقلة العناية بانتقاء من يعملون في هذه الصفحات والبرامج باعتبارها من التخصصات الأقل أهمية مقارنة بغيرها من التخصصات الإعلامية الأكثر جماهيرية والأعلى دخلا مما ينعكس في ضعف مستوى المعالجة الإعلامية لقضايا المرأة.

ورغم الزيادة الكمية في الأوقات المخصصة لشئون المرأة في الشبكات الإذاعية والقنوات التليفزيونية، فإن توقيتات إذاعة بعض البرامج الإذاعية والتليفزيونية غير المناسبة لظروف حياة وعمل النساء، قد قلل كثيرا من التأثير الإيجابي المتوقع لهذه الزيادة.

من المهم التأكيد على أن علاج سلبيات المعالجة الإعلامية لقضايا المرأة وشئونها يحتاج إلى وجود رؤية جديدة للمرأة تشارك فيها كافة وسائل الإعلام

وبالتزام ذاتي نابع من هذه الوسائل، وتقوم على تحقيق الاستخدام الأمثل لوسائل الإعلام من أجل تحسين صورة المرأة وتمكينها من أداء دورها السياسي والاقتصادي والاجتماعي والثقافي، وإمماج جهودها في التنمية الشاملة والنهوض بالمرأة وحل المشكلات التي تواجهها.

ومن الضروري أن تكون لهذه الرؤية أهداف واضحة ومحددة وواقعية ومنها الاستخدام الأمثل لوسائل الإعلام بهدف زيادة اهتمام المجتمع بقضايا المرأة ومشكلاتها وحقوقها، بحيث تحتل هذه القضايا والمشكلات مواقع متقدمة في أجندة وسائل الإعلام، وبالتالي في أجندة الرأي العام، وتفعيل الدور الإعلامي لمنظمات المجتمع المدني وبخاصة المنظمات والجمعيات النسائية أو تلك التي تهتم بقضايا المرأة وتطوير التغطية الإعلامية لكافة نشاطاتها من خلال التعاون والتنسيق مع كافة وسائل الإعلام الجماهيرية وقنوات الاتصال المباشر، وتكثيف الجهود الإعلامية من أجل تغيير الصورة النمطية السلبية للمرأة، والعمل على تقديم صورة حقيقية ومتطورة للمرأة، والاستخدام الواعي لوسائل الإعلام في النوعية بحقوق المرأة وإبراز مدى تناقض بعض الموروثات الاجتماعية الخاطئة مع هذه الحقوق والسعي إلى تغيير بعض المفاهيم السلبية السائدة عن المرأة في المجتمع، وسد الفجوات الاتصالية القائمة بين النساء والرجال وبين النساء في الريف والحضر بحيث يتم ترسيخ قيم المساواة وعدم التمييز في الفرص والحقوق والواجبات وذلك بهدف تشكيل رؤية مجتمعية منصفة لأدوار المرأة ومسؤولياتها الفعلية في المجتمع.

ولكن تطوير الأداء الإعلامي في مجال المرأة مرهون بوجود سياسات إعلامية تلتزم بها وسائل الإعلام طوعيا وتضمن تحويل هذه الأهداف إلى واقع حي وترجمتها في أشكال وقوالب فنية مناسبة تراعي طبيعة كل وسيلة إعلامية، وكذلك اختلاف الجمهور المستهدف وغير ذلك من عناصر العملية الاتصالية

وتتضمن السياسة الإعلامية التي تقوم عليها عملية تطوير المعالجة الإعلامية لصورة وقضايا المرأة عدد من الاعتبارات لعل من أهمها أن التناول الإعلامي لصورة وقضايا المرأة وشؤونها وحقوقها ينبغي أن يعتمد على منهجية الحوار والتبادل الحر للأفكار والآراء وقبول التعددية في المواقف والاتجاهات، وذلك انطلاقاً من كون موضوع المرأة وحقوقها يمثل تاريخياً أحد القضايا الخلافية المثيرة للجدل بين أصحاب الرؤى الفكرية بمرجعياتهم السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية، وذلك سعياً لتطوير مناخ يعترف بحق الاختلاف ويحترم لغة الحوار والمناقشة الموضوعية بعيداً عن التعصب وفرض الرأي^(١٥)، والبعد عن المعالجات الإعلامية الجزئية أو الهامشية لشئون المرأة وعدم تناول قضايا المرأة بمعزل عن الواقع الاقتصادي والاجتماعي الذي تعيش فيه^(١٦). وتجنب الأسلوب الدعائي والتوجيه المباشر في المعالجات الإعلامية لشئون المرأة، وترشيد المعالجات الإعلامية والإعلانية التي تعتمد على استغلال المرأة كمصدر للإغراء والإثارة، وتقتصر على إبراز هذه الصفات فيها^(١٧).

والخلاصة أن تحسين أوضاع المرأة وصورتها التي تعرضت لظلم وتشويه طويل، عبر عصور وأزمان متعاقبة، يحتاج إلى جهد كبير تشارك فيه كافة وسائل الإعلام، مباشرة وجماهيرية، تقليدية وحديثة، مطبوعة والإلكترونية وذلك لشرح قضايا المرأة والدفاع عن حقوقها وكسب المزيد من المؤيدين لها، وذلك انطلاقاً من الإيمان بفاعلية الإعلام الديموقراطي في عرض الآراء والأفكار وقدرته على التأثير في المواقف والاتجاهات.

موضوعية التغطية الإعلامية

الموضوعية في التغطية الإعلامية تشير إلى القضايا المرتبطة بالتحيز وتحريف الأنباء بالحذف أو الإضافة أو بالتهديد أو التهويل، أو التلوين السياسي للأحداث المحلية والعالمية، والخلط بين الخبر والرأي خضوعاً للمصالح أو الأهواء، وهي كلها أمور تفوق الممارسة الديمقراطية لوسائل الإعلام، لذلك تحرص المجتمعات الديمقراطية على توفير أكبر قدر من الموضوعية للتغطية الإعلامية^(١٨)، عن طريق وضع معايير لقياس مدى احترام الموضوعية أثناء نشر الأخبار بالصحف أو إذاعتها في الراديو والتلفزيون والفضائيات وفي الصحف الإلكترونية، وغيرها من وسائل الإعلام الحديثة.

إن قرار نشر أو إذاعة الخبر يقوم على أساس "تقييم الخبر" ويقصد به المفاضلة بين خبر وآخر عند النشر أو الإذاعة، ويرتبط بالتقييم قرار استبعاد الخبر أو تأجيله أو اختصاره، وكذلك تحديد موقع الخبر وترتيب نشره أو إذاعته.

إن هناك مجموعة من المعايير التي يجب أن تقوم على أساسها عملية "تقييم" الخبر، ويمكن إيجازها في ثلاث مجموعات من المعايير وهي:

أولاً: عناصر الخبر News Elements:

ويقصد به مجموعة الخصائص التي يتكون منها الخبر، وهي خصائص أمكن

حصرها "تاريخيا" من خلال ملاحظة الأخبار التي تنشرها الصحف وتذيعها الشبكات الإذاعية والقنوات التليفزيونية.

ولا يوجد اتفاق عام حول عناصر الخبر أو ماهيتها، وهذا الخلاف يرجع إلى تنوع المدارس الإعلامية في هذا المجال، فهناك مدرسة تركز على ستة عناصر للخبر هي: التوقيت Timeliness والقرب Nearness والحجم أو الضخامة Size والأهمية Importance والفائدة أو المصلحة الشخصية Personal Benefit والإنجاز Achievement.

وهذا الاتجاه يسود غالبا في الصحف والشبكات الإذاعية والقنوات التليفزيونية "المحافظة"، أو ما يطلق عليها شبكات وقنوات الخدمة العامة كما هو الشأن في هيئة الإذاعة البريطانية واتحاد الإذاعة والتليفزيون الفرنسي والشبكات والقنوات المملوكة للدولة في ألمانيا وعدد من دول غرب أوروبا وكذلك في معظم الشبكات والقنوات الحكومية في دول العالم الثالث، مع ملاحظة اختلاف المعالجة الإخبارية وفقا لمدى خضوع هذه الشبكات والقنوات للإشراف الحكومي أو استقلالها عن السيطرة الحكومية^(١٩).

وهناك مدرسة أخرى تركز على ثمانية عناصر للخبر وهي: الشهرة Prominence والصراع Conflict والتشويق Suspense والإثارة Excitement والحالية Freshness والإنسانية Human Interest والغرابة والطرافة Novelty، والتسلية Entertainment وهذا الاتجاه يسود غالبا في الصحف والشبكات الإذاعية والقنوات التليفزيونية الخاصة التي تتميز بالشخصية الإعلامية "الشعبية" أو "الجماهيرية" كما هو الشأن في شبكات التليفزيون المستقل ببريطانيا والتليفزيون الخاص بفرنسا ومعظم دول غرب أوروبا وأغلب الشبكات والقنوات الأمريكية^(٢٠).

ومن المهم التأكيد أن نشر أو إذاعة الخبر في أي من هذه المدارس رغم

اختلافها لا يقوم على أساس توفر أكبر عدد من العناصر المكونة للخبر فحسب وإنما يقوم على أساس "قيمة" و "وزن" كل عنصر من العناصر، ولكن قيمة كل عنصر ووزنه ضعيفة، يفضل عليه في الإذاعة وفي الترتيب، خبر آخر يضم عددا أقل من العناصر ولكن قيمة كل عنصر منها ووزنه مرتفعة^(٢١).

ثانياً: صفات الخبر:

إذا كانت عناصر الخبر تعتبر جزءاً أساسياً من تكوينه، ولا يمكن بدونها أن يصبح الحدث خبراً، فإن الصفات قد توجد في الخبر وقد لا توجد، وإن كان غيابها يمثل اعتداء على حق القارئ أو المستمع أو المشاهد، وأضعافاً لمصداقية الوسيلة التي تلتزم بها، وهذه الصفات هي:

١. الصدق أو الصحة: وهذه الصفة مازالت تثير العديد من القضايا الخلافية

مثل إمكانية التضحية بعدم التأكد من صحة الخبر قبل نشره أو إذاعته في سبيل تحقيق السبق الإخباري، ومثل التضحية بخبر مهم غير مؤكد وعدم نشره أو إذاعته حرصاً على المصداقية^(٢٢).

٢. الدقة: وهي صفة تشير إلى مدى احترام الوسيلة الإعلامية لحق القارئ

أو المستمع أو المشاهد في معرفة الحقيقة الكاملة حول الحدث الذي يدور عنه الخبر وما يرتبط بذلك من الإهمال في التغطية الكاملة للحدث وعدم استكمال بعض وقائعه الهامة، سواء عن عمد أو نتيجة قلة الكفاءة المهنية أو ضعف التدريب، أو تخلف التكنولوجيا الاتصالية المتوفرة^(٢٣).

ثالثاً: سياسة الوسيلة وشخصيتها:

رغم أنا الكثيرين لا يعترفون - اليوم - بأن سياسة الصحيفة أو الشبكة أو القناة تعتبر أحد معايير تقييم الخبر، بدعوى "الحياد" أو "الاستقلال" إلا أن الحقيقة التي تؤكدتها التجارب العملية أن سياسة الوسيلة الإعلامية هي أهم معايير الخبر واتخاذ قرار نشره أو إذاعته وتحديد ترتيبه في النشر أو الإذاعة وتوجد ثلاثة محددات للتعرف على "سياسة" الشبكة أو القناة وهي:

١. **النظام الإعلامي:** الذي تعمل في إطاره الصحيفة أو الشبكة الإذاعية أو القناة التلفزيونية وما إذا كان نظاما إعلاميا ديمقراطياً أم سلطوياً أم نظاماً مختلطاً، ونسبة الحرية المتاحة للصحيفة أو الشبكة أو القناة في ظل هذا النظام الإعلامي^(٢٤).

٢. **نمط الملكية:** وما يثيره ذلك من قضايا مرتبطة بأشكال الملكية المتعددة، فهناك نمط يقوم على ملكية الدولة لوسائل الإعلام، وخضوع هذا الإعلام للإشراف الحكومي المباشر، مثل غالبية مجتمعات العالم الثالث. وهناك نمط آخر يقوم أيضا على ملكية الدولة مع وجود ضمانات تشريعية تعتمد على ملكية الدولة مع وجود ضمانات تشريعية تضمن الاستقلال عن التدخل الحكومي مثل تجربة هيئة الإذاعة البريطانية واتحاد الإذاعة والتلفزيون في فرنسا وغالبية دول غرب أوروبا وفي الهند وفي عدد غير قليل من دول العالم الثاني التي بدأ تتبنى النظام الليبرالي في السنوات العشر الأخيرة. وهناك نمط ثالث يقوم على الملكية الفردية لوسائل الإعلام بعيدا عن أي تدخل حكومي، كما هو الشأن في الولايات المتحدة الأمريكية. وهناك أنماط أخرى من الملكيات المختلطة التي تجمع بين الملكية العامة والخاصة لوسائل الإعلام وتختلف مساحة الحرية التي تتمتع بها هذه الوسائل تبعا للنظام الإعلامي السائد في المجتمع الذي تنتمي إليه^(٢٥).

٣. **شخصية الشبكة أو المحطة:** وما إذا كانت تمثل "الشخصية المحافظة" أو تمثل "الشخصية الشعبية" أو تحاول أن تجمع بين ملامح من الشخصيتين وتكون أقرب إلى "الشخصية المعتدلة".

وإذا حاولنا تطبيق مجموعات المعايير الخاصة بموضوعية التغطية الإعلامية باعتبارها أحد مظاهر الديمقراطية الإعلامية، على وسائل الإعلام المصرية- كنموذج- يمكن أن تضع أيدينا على عدد من الملاحظات الهامة ومنها:

١- أن الصحف القومية المملوكة للدولة ويمارس مجلس الشورى حقوق الملكية عليها، يغلب عليها الطابع شبه الرسمي على تغطيتها الإعلامية ورغم التزايد المستمر في هامش الحرية المتاح لهذه الصحف، إلا أن نمط ملكيتها يجعلها حريصة على إبراز الشخصيات والنشاطات الحكومية والرسمية بصرف النظر عن مدى أهميتها في حين تخلصت الصحف الخاصة والصحف الحزبية من سيطرة هذا الطابع الرسمي وشبه الرسمي حتى ما يتعلق بنشاطات رئيس الدولة، لذلك يلاحظ أن الصحف القومية تغلب الاعتبارات السياسية على الاعتبارات المهنية وخاصة فيما يتعلق بالأخبار السياسية في حين تغلب الصحف الحزبية والخاصة الاعتبارات المهنية على الاعتبارات السياسية حتى ما يتعلق منها بالأخبار السيادية.

٢- أن الطابع الرسمي الذي يميز سياسة الشبكات الإذاعية والقنوات التلفزيونية الأرضية والقضائية باتحاد الإذاعة والتلفزيون بفعل نمط ملكية الدولة والإشراف الحكومي المباشر، ينعكس بالضرورة على شخصية هذه الشبكات والقنوات بحيث يغلب عليها طابع الشخصية الإعلامية "المحافظة"، لذلك كان من الطبيعي أن تعظم الخدمات الإخبارية التي تقدمها هذه الشبكات والقنوات من قيمة ووزن عناصر الخبر التي تشتهر بها المدرسة الإعلامية المحافظة أثناء تقييمها للأحداث، وأثناء اتخاذ قرار إذاعتها وتحديد ترتيبها في النشرة، وفي الوقت نفسه تضعف من أهمية عناصر الخبر التي تشتهر بها المدرسة الإعلامية الشعبية، لذلك ففي الوقت الذي تهتم فيه الخدمات الإخبارية بالاتحاد بتحركات ومقابلات المسؤولين التنفيذيين فإنها تتجاهل تماما أي ذكر أو إشارة لما تذخر به حياة المواطنين من أحداث.

٣- أما بالنسبة لصفتي "الصحة" و"الدقة" في الخبر، بمعنى تكامل التغطية الإخبارية للحدث واستكمال ومتابعة وقائعه، وعدم تجاهل إذاعة أحداث هامة تمس مصالح المواطنين، وترتيب إذاعة هذه الأحداث وفق أهميتها، وعدم تحريف الأخبار عن طريق حذف بعض الوقائع أو إضافة وقائع لم تحدث، أو الخلط بين الخبر والرأي، فإن ذلك يحدث في حالات قليلة، وغالباً لا يكون السبب ضعف الأداء المهني للعاملين في الخدمات الإخبارية بقدر ما يعود إلى تغليب الاعتبارات السياسية على المعايير الإعلامية المهنية في إذاعة وترتيب الخبر في النشرة.

٤- أن تحقيق ديموقراطية التغطية الإعلامية في الخدمات الإخبارية التي يقدمها اتحاد الإذاعة والتلفزيون تتطلب أن يكون تقييم الأخبار وفقد الاعتبارات الإعلامية المهنية وحدها، وأن يتم التخلص بالتدريج من الطابع الرسمي للأخبار والتقارير الإخبارية، وأن يزداد الاهتمام بالأخبار ذات الطابع الجماهيري بصرف النظر عن وجود شخصيات رسمية في هذه الأخبار من عدمه.

كذلك لابد من الوعي بخطورة تجاهل إذاعة بعض الأخبار أو وضعها في زيل النشرة لعدم تمشيها مع سياسة الحكومة في الوقت الذي تتلقف فيه بعض الخدمات الإخبارية الإقليمية أو الدولية هذه الأخبار باهتمام وقد يكون مبالغاً فيه، فيدفع المواطنون إلى البحث عن أخبارهم الداخلية في وسائل أعلام خارجية وقد تكون غير أمينة في عرضها لهذه الأحداث.

ولعله أن الأوان لأحداث تطور جذري في اتحاد الإذاعة والتلفزيون يقوم على أساس الفصل بين ملكية الدولة للإعلام الإذاعي والتلفزيوني، وبين الإشراف الحكومي المباشر على هذا الإعلام، وهو الأمر الذي يحقق استقلال الخدمات الإذاعية والتلفزيونية وما يرتبط بها من خدمات إخبارية.

وسوف يكتمل هذا التطور بالسماح للقطاع الخاص المصري بالدخول في مجال الإعلام الإذاعي والتلفزيوني الإخباري، مما يتيح إمكانية ظهور المدرسة الشعبية في التغطية الإخبارية الإذاعية والتلفزيونية.

ولابد أن نلاحظ أنه رغم وجود فضائيات مصرية خاصة، وبعضها مستمر منذ سنوات غير قليلة، فإنها جميعا فضلت الابتعاد عن تقديم الخدمات الإخبارية، لذلك من المهم تشجيع القطاع الخاص المصري بالدخول في مجال الإعلام الإذاعي والتلفزيوني الإخباري، وذلك في إطار الضوابط التي تضمن حرية هذا الإعلام، ومستوى الأداء الإخباري وأخلاقياته.

استقلال الإعلام المحلي

يوجد منذ سنوات تخوف مشروع في العديد من دول العالم أن يؤدي الاهتمام الزائد أو المبالغ فيه نحو عولمة وسائل الإعلام، كما تعكسها الصحف الإلكترونية والإذاعات الدولية والقنوات القضائية والانترنت إلى أضعاف وسائل الإعلام المحلية وعدم الاهتمام الكافي بتحديثها وتطويرها، وما يمكن أن ينتج عن ذلك من أخطار تهدد الهوية الثقافية للمواطنين سواء كانوا من سكان الريف أو الحضر.

ورغم أن السنوات العشر الماضية شهدت توسعاً في إنشاء وسائل الإعلام المحلية، إلا أن السؤال الجوهرى ظل قائماً وهو هل يضمن هذا التعدد تنوعاً أم لا؟

فالتعدد لا يعني التنوع في كل الحالات، فشبكات ووسائل الاتصال والإعلام ينبغي أن يكون لها قدر من التنوع والاستقلال عن بعضها البعض، فإذا لم تكن كذلك فلن يكون التنوع سوى مظهر خارجي، وعلى سبيل المثال ففي بعض البلدان تسيطر الحكومات بشكل كامل على كافة وسائل الإعلام من راديو وتلفزيون وصحف بالإضافة إلى منافذ الاتصال المباشر، وفي بلدان أخرى تسيطر بعض الاحتكارات على معظم الشبكات الإذاعية والتلفزيونية ودور الصحف (٢٦)، وفي كل هذه الحالات تختفي مزايا التنوع، حيث تتحدث كل هذه الوسائل المتعددة بصوت واحد (٢٧)!

لذلك فإن كثرة وسائل الإعلام بالمحليات وتعددتها لن يكون وحده دليلاً على كونها تلبي الاحتياجات الإعلامية الحقيقية لسكان المحليات، حيث تظل جماهير المحليات تسمع رأياً واحداً وإن كثير المعبرون عنه^(٢٨).

ويلاحظ أنه رغم الانتشار الواسع لمختلف أنواع أجهزة الاتصال الجماهيري في المحليات، وانهار سكان الريف لهذه الأجهزة، والسعي خلال السبعينيات والثمانينات لاقتنائها والتعرض المكثف لها، فإن موجه هذا الانبهار قد انكسرت حدثها في المرحلة الحالية لعدة عوامل، يأتي في مقدمتها انشغال غالبية الريفيين بتدبير معاشهم اليومي ومواجهة مشكلات حياتهم اليومية وبالتالي ضيق وقت الفراغ لقيامهم بأكثر من عمل في اليوم الواحد، ويلاحظ أيضاً الانفصال بين مضمون الكثير مما تقدمه وسائل الإعلام للمحليات وبين واقع الحياة في المحليات، وهو الأمر الذي يعني تجاهل وسائل الإعلام، للاحتياجات الإعلامية الجديدة التي تفرضها طبيعة التغير في الريف، حيث حدث تبدل ملحوظ في أسلوب تعرض أهل الريف لأجهزة الإعلام ويميل هذا التغير في اتجاه التعرض السلبي ومحدودية وقت التعرض، والاعتقاد بالتوظيف الترفيهي لهذه الأجهزة على ممارسات النخبة دون التفاعل مع هذه المضامين^(٢٩).

وتشير نتائج البحوث الحديثة إلى غلبة التوظيف الترفيهي للتلفزيون بالإضافة إلى قلة التعرض للتلفزيون لأسباب تعود إلى ضيق الوقت، كما أنه في إطار المشغولية لدى جميع الفئات المهنية بالقرية والسعي لتدبير نفقات الحياة المتزايدة والعمل بأكثر من مهنة طوال اليوم، وتفاقم الأعباء الملقاة على عاتق المرأة الريفية فإن الفترة المسائية تكاد تكون هي الفترة الوحيدة التي ينحصر خلالها تعرض القرويين للتلفزيون وتتضاءل إلى حد كبير تعرضهم لبرامجه خلال فترات الإرسال الأخرى، وبالذات الفترة الصباحية أو السهرة على عكس ما يشاع في كتابات في هذا المجال حول سهر الريفيون حول التلفزيون وإهمالهم لعملهم.

ومن الناحية الشكلية يوجد تكامل بين وسائل الإعلام الموجهة إلى المحليات فما تقوله القناة المحلية للتلفزيون لا يختلف عما تقوله الشبكة الإذاعية المحلية وصحيفة الإقليم، وكل ما يقوله هؤلاء لا يختلف عما يتردد داخل مركز الإعلام المحلي^(٣٠)، ولكن السؤال هل يوجد تكامل وظيفي بينهم، وإذا كنا نتصور التكامل بمعنى التماثل أو التشابه فسوف نتأكد بالفعل من مدى هذا التكامل، فكل وسائل الاتصال تركز على الجانب الترفيهي، كما أنها تركز أيضاً على الجانب الدعائي أو الرسمي.

أما إذا نظرنا إلى التكامل بمعناه الوظيفي، المتمثل في إعادة بناء المواطن وإعادة تشكيل حياته بما يتناسب واحتياجات البعض ومتطلبات التطور التكنولوجي الحديث، فإن هذا التكامل غير موجود.

وفي ظل الأوضاع الحالية للإعلام الريفي، وخاصة في المجتمعات النامية حيث يوجد شبه انفصال بين مضمون ما تقدمه وسائل الإعلام الجماهيرية وبين واقع الحياة الفعلي في الريف، وذلك لصالح الاتصال المباشر وخاصة في ظل تطور تكنولوجيا الاتصال الجديدة مثل الفيديو وشريط التسجيل والهاتف^(٣١).

ومن المهم أن نعمل جميعاً على إدخال تحسينات جذرية على كافة وسائل الاتصال في المحليات سواء كانت جماهيرية أو مباشرة، ليست فقط بتطوير التكنولوجيا أو المضمون وإنما أيضاً بتطوير قدرات القائمين بالاتصال^(٣٢). ففي ظل الظروف التي تمر بها المجتمعات النامية، ومنها بلادنا العربية- يظل التقدم رهناً بمستوى كفاءة البشر الذين هم مادة هذا التقدم وأداته.

وقد كشفت دراسة عن "قنوات التلفزيون الإقليمية في عدد من الدول النامية أن جمهور الأقاليم مازال يفضل محطات التلفزيون المركزية على محطات التلفزيون المحلية.

وتبين أيضاً أن النخبة المتعلمة في المجتمعات المحلية أكثر اهتماماً بقراءة

الصحف والاستماع إلى الراديو ومشاهدة القنوات المركزية والفضائيات وأقل اهتماماً بمشاهدة القنوات المحلية وقراءة الصحف المحلية^(٣٣).

كما أكدت نتائج بحوث أخرى أن قنوات التلفزيون الإقليمية لا تزال مركزية التوجه رسمية التوجيه، لأنها مازالت جزء من بنية النظام الإعلامي المركزي، ولم تنجح في خلق كيان مستقل لها يجعلها قنوات بديلة عن القنوات المركزية، فهي قد نجحت فقط في اجتذاب الجمهور الأقل تعليماً والباحث عن التسلية والترفيه وليس الجمهور المتعلم الذي يريد أن يطور معارفه.

وإذا ضربنا مثلاً بالإعلام المحلي في مصر فسوف نجد أن طبيعة النظام الإعلامي المصري، الذي ظل لسنوات طويلة نظاماً مركزياً تتركز معظم أدواته في العاصمة، وهو أمر طبيعي باعتباره وريث أقدم دولة مركزية في التاريخ. ومن ثم سادت ظاهرة الإعلام الرأسي، الذي يهبط من أعلى إلى أسفل أي من قمة السلطة إلى المواطنين، كما أنه ينطلق من العاصمة إلى الريف.

وفي الربع الأخير من القرن العشرين شهدت مصر انفراجة ديموقراطية في نظامها السياسي، وهو الأمر الذي انعكس على نظامها الإعلامي، وكان من أبرز أوجه هذه الانفراجة الديموقراطية في النظام الإعلامي: إنشاء ثمان إذاعات إقليمية، وست قنوات تلفزيونية محلية، وعشرات الصحف المحلية، وإنشاء مراكز الإعلام الداخلي في كافة المحافظات.

ومن المهم الاعتراف بأن هذه الوسائل لا تزال تعاني من مركزية في التوجه ورسمية في التوجيه، لأنها ما تزال جزءاً من بنية النظام الإعلامي المركزي في القاهرة، والتحدي الآن أن ننجح في أن نوجد لهذه الوسائل الإعلامية المحلية كياناً مستقلاً يجعلها وسائل مكملية للإعلام المركزي لا صورة كربونية منه وبذلك نحقق بالفعل ديموقراطية الاتصال، وشعبيته في الوقت ذاته.

وهناك ضرورة لمعالجة الانفصال بين مضمون الكثير مما تقدمه وسائل

الإعلام المحلية، وبين واقع الحياة في المحليات، بحيث تلبي الاحتياجات الإعلامية الجديدة للمواطنين، التي تفرضها طبيعة التغيير، الذي حدث في الريف المصري.

وهناك تخوف حقيقي أن تزداد في المستقبل الهوة بين وسائل الإعلام المحلية وبين جماهير الريف، وذلك لصالح ما نسميه (الإعلام البديل) وهذا الإعلام البديل استخدمته بعض الجماعات الدينية المتشددة، لنشر أفكارها سواء بتوظيف الاتصال المباشر الشخصي أو الجمعي في الزوايا والمساجد، وفي المدارس والجامعات، والنوادي والنقابات. أو بتوظيف شرائط الكاسيت في سيارات الأجرة، وأتوبيسات النقل الجماهيري والميني باص.

وعلىنا أن نعترف أنه في ظل عدم اهتمامنا الكافي بالإعلام المحلي، حققت هذه الجماعات المتشددة قدراً من الانتشار قد نختلف في تقدير - مداه - دون أن نملك صحفاً أو محطات إذاعية، أو قنوات تليفزيونية، وإنما برعت فقط في استخدام الإعلام البديل!

ولتطوير الإعلام المحلي من الضروري توفر التكنولوجيا الاتصالية والإعلامية الحديثة بوسائل الإعلام المحلية، المكتوبة والمسموعة والمرئية، بما يمكنها من أداء دورها بكفاءة، ويقترح في هذا المجال تشجيع المواطنين على إنشاء وحدات طباعية حديثة وصغيرة، تقوم بطبع الصحف المحلية بعواصم المحافظات، بدلاً من طبعها جميعاً في القاهرة، ويمكن أن يتحقق التشجيع بمنح هذه المطابع عدداً من الإعفاءات الضريبية، ودعم من الدولة لأسعار الورق والمستلزمات الطباعية، لعدد محدد من السنوات، حتى تقف هذه المطابع الصحفية المحلية على أقدامها، أسوة بما هو متبع مع المشروعات الاستثمارية الجديدة. وأن يراعي اتحاد الإذاعة والتليفزيونية الاحتياجات التكنولوجية للإذاعات والقنوات المحلية، وهو يعد خطته الحالية والمستقبلية للتحديث

التكنولوجي، بحيث لا يتم تجاهل احتياجات المحليات لصالح الإذاعات والقنوات التليفزيونية المركزية ودعوة المؤسسات الصحفية القومية الكبرى إلى إصدار طبعات محلية من صحفها اليومية، لكي تغطي الاحتياجات الإعلامية لمواطني المحليات، وهو تقليد متبع في كثير من دول العالم، كذلك فقد كانت لنا في مصر تجارب ناجحة في هذا المجال عندما أصدرت مؤسسة أخبار اليوم جريدة أخبار الإسكندرية.

وضرورة إعادة النظر في قرار وزارة الإعلام بإيقاف بث القنوات المحلية على النيل سات، ودراسة وتقييم تأثير ذلك على نسبة مشاهدة هذه القنوات، بعد تغيير نمط المشاهدة في ريف مصر، وزيادة إقبال المواطنين في العاصمة والأقاليم على مشاهدة القنوات الفضائية لرخص تكاليفها، وضعف الإرسال المحلي بحيث أصبح كثير من المواطنين في الأقاليم لا يستطيعون مشاهدة قنواتهم المحلية، بما يتركهم عرضة للقنوات الفضائية وحدها.

ولابد من الاهتمام بتطوير وسائل الاتصال المباشر في الريف، سواء التابعة للهيئة العامة للاستعلامات مثل مراكز الإعلام الداخلي، ومراكز الإعلام والتعليم والاتصال، أو قصور الثقافة التابعة لوزارة الثقافة، أو مراكز الإرشاد الزراعي التابعة لوزارة الزراعة، أو وحدات التوعية الصحية وتنظيم الأسرة التابعة لوزارة الصحة، فضلاً عن الوعاظ والدعاة التابعين لوزارة الأوقاف والجمعيات الأهلية.

ويستحق التطوير المنشود بحسن انتقاء العاملين في هذه المؤسسات، بحسب قدراتهم وتخصصاتهم، ومنحهم الأجور المناسبة، التي تشجعهم على البقاء في الريف، بدلاً من الهرب للعمل في العاصمة، ثم إخضاعهم للتدريب المستمر لرفع كفاءتهم، مع توفير الإمكانات المادية والفنية، التي تساعد على أداء عملهم مع التقييم المستمر لنتائج هذه الأعمال.

الاهتمام بتطوير قدرات وسائل الإعلام المحلية على اكتشاف الكفاءات والمواهب، وتشجيعها وتمييزها بطريقة تخدم المجتمعات المحلية، وذلك عن طريق التركيز على مشاركة الكفاءات والمواهب المحلية في الكتابة للصحف، وفي المساهمة الفعالة في برامج الإذاعات والقنوات التليفزيونية المحلية، وفي ندوات ومؤتمرات مراكز الإعلام، بدلاً من الاعتماد بشكل رئيسي على نجوم العاصمة، وبذلك يتم ربط الكفاءات والمواهب المحلية بمجتمعاتها، ويتم وقف النزيف المستمر للمجتمعات المحلية من الكفاءات والمواهب.

وضرورة وضع ضوابط قانونية تكفل لوسائل الإعلام المحلية مزيداً من الاستقلال، وحرية التعبير، التي تحول دون تحكم قيادات الإدارات المحلية في هذه الوسائل، أو توجيهها بحيث تتحول وظيفتها من الإعلام إلى الدعاية، فتفقد مصداقيتها ومن ثم تفقد جمهورها، وتشجيع اعتماد وسائل الإعلام المحلية المقروءة، والمسموعة والمرئية على مواردها الذاتية، مما يدعم استقلالها من ناحية، ويساعدها على تقديم خدمة إعلامية متميزة من ناحية أخرى، وذلك عن طريق تنشيط سوق الإعلان في وسائل الإعلام المحلية، ويمكن للدولة أن تساهم بدور كبير في هذه المجال عن طريق تخفيض قيمة دمغة الإعلانات في وسائل الإعلام المحلية، أو إلغاء هذه الضريبة لفترة زمنية معينة، عند نشأة وسيلة جديدة. حتى تتمكن وسائل الإعلام المحلية من تخفيض سعر الإعلان، وتقديم ميزات نسبية تشجع المعلنين على تفضيل الإعلان في وسائل الإعلام المحلية، خاصة بالنسبة للسلع والخدمات، التي تسوق في المجتمعات المحلية.

ومن الضروري إتاحة التعددية في وسائل الإعلام المحلية، سواء المملوكة منها للدولة أو القطاع الخاص، ومد جسور الثقة بين الإعلام المحلي و جماهيره من خلال توفير المصداقية والشفافية في مضمون هذا الإعلام، وتحقيق التواصل مع جماهيره عن طريق عرض مشاكلهم وقضاياهم، مع طرح حلول جذرية لها، وبذلك نحقق عن طريق تطوير الإعلام المحلي ديموقراطية الإعلام وشعبيته.

هوامش الفصل التاسع

- 1- Lahay Micheline: The History of Human Rights, from Ancient times to the Globalization Era. 2008. p.p. 122- 127.
- 2- Lauren. Paul: The Evolution of International Human Rights. 2003. p.p. 72- 79.
- 3- Donnelly. Jack: International Human Rights. Oxford Press. 3 Editions. London, NewYork. 2001. p.p. 62- 67.
- 4- Alston. Phillip: International Human Rights in Context. Law, Politics. Harper Collin, Publishers. London. New York. 2007. p.p. 212-217.
- 5- Armstrong. Rob: Covering politics. Blackwell publishing. London. New York. 2004. p.p. 220- 229.
- 6- Eser. Frank: Comparing political Communication: Theories, Cases and challenges. Cambridge University Press. New York. 2004. 122- 127.
- 7- Lanterer. Jock: Community Journalism. The University of North Carolina Press. U. S. A. 2004. p.p. 18- 22.
- 8- Allen. David: Democracy the Press and Law. University of Illinois Press. U. S. A. 2004. p.p. 92- 98.
- 9- Peters. John: Free speech and the liberal tradition. University of Chicago Pree. 2005. p.p. 132- 137.
- 10- Ball. Terence and Dagger. Richard: political ideologies and the Democratic Ideal. Harper Collins publish. London. New youk. 1998. p.p. 49- 56.

- 11- Novak. Micheal: The Spirit of Democratic Capitalism. Atotchstone Book. New York. 3 Edition. 2001- p.p. 314- 318.
- 12- Byerly. Carolyn and Roos. Karen: Women and Media. University of Mary Land Press. U. S. A. 2006. p.p. 205- 209.
- 13- Hogg. James and Garside. Peter: Women, Feminism and the Media. Black well publishing. 2007- p.p. 192- 197.
- 14- Bradley. Patricia and Evanston. H: Women and the Press. North Western University Press. 2005. p.p. 105- 109.
- 15- Lincoln. Cairns: the Enigma Women. University of Nebraska Press. 2007- p.p. 62- 72.
- 16- Lotz. Amanda: Rede signing women, television After the Network. Chicago University Press. U. S. A. 2006. p.p. 140- 146.
- 17- Falk. Erika: Women for President, Media Bias in Fight campaigns. Chicago University Press. U. S. A. 2008 42- 49.
- 18- Schever. Leffrey: Why Democracies Need Journalistic Excellence: Routledge Press. New York. 2007. p.p. 218- 223.
- 19- Feinstein. Anthony: Journalistic Under fire. Johns Hopkins University Press. U. S. A. 2006. p.p. 52- 27.
- 20- Meier. Werner and trapel. Josef: Media policy in Europe. International Specialized Book. 2007- 311- 318.
- 21- Brook S. Briand and Kennedy. George: News Reporting and writing. California State University Press. U. S. A. 2008. p.p. 30- 36.
- 22- Brooks. Brain: Telling the story. University of Missouri Press. U. S. A. 2008. p.p. 119- 123.
- 23- Houston. Brant: Investigative Reporters Hand Book. University of Mary Land Press. U. S. A. 2008. p.p. 218- 223.
- 24- Porter. Lamce: Technology and the journalism profession. Lousiana state University. Press. U. S. A. 2007- p.p. 422- 427.
- 25- Tweksburg. David: the Efficacy of News Browsing: the

- Relationship of news consumption style to social and political Efficacy. *Journalism and Mass Communication Quarterly* Summer 2008. p.p. 257- 272.
- 26- Frankin. Rob: *Local Media*. Columbia University Press. U. S. A. 2005. p.p. 112- 117.
- 27- Stanton. Richard: *All News is local*. Oxford University Press. New York. 2005. p.p. 217- 224.
- 28- Karen. Johnson: *The local journalism*. The University of North Carolina Press. U. S. A. 2004. p.p. 18- 22.
- 29- Elmer. Greg: *Media in the small town*. Oxford University Press. London. New York. 2005- p.p. 118- 124.
- 30- McInley. Michael: *The trials and triumphs of National public Radio*. Columbia University Press. U. S. A. 2005. p.p. 72- 79.
- 31- Sturken. Marita: *The troubles of local media*. Oxford press. London. New York. 2007. p.p. 327- 332.
- 32- Armstrong. Rob: *Covering politics: A Handbook for Journalists*. Black well Publishing. 2004. p.p. 92- 97.
- 33- Lauterer. Jock: *Community Journalism, Relentlessly local*. Third Edition. The University of North Carolina Press. U. S. A., 2005. p.p. 62- 68.

الخاتمة

لقد وصلنا الآن إلى نهاية بحثنا في العلاقة بين الإعلام والديموقراطية، ومن حق القارئ أن يتساءل عن الأسباب التي حالت بيننا وبين استكمال الديموقراطية الإعلامية حتى اليوم.

ومثل هذا القارئ قد يتذكر أنه مضى ما يقرب من قرنين من الزمان على بدء الصحافة في بلادنا، وما يقرب من مائة عام على بداية الإرسال الإذاعي، وأكثر من نصف قرن على ظهور التلفزيون، ورغم ذلك ما يزال نظامنا الإعلامي يشكو من عدم كفاية الديموقراطية الإعلامية. يحدث هذا في الوقت الذي باتت فيه كثير من المجتمعات الأخرى في الغرب أو الشرق ومنها مجتمعات نامية مثلنا تتمتع بنظم إعلامية ديموقراطية رغم أنها لم تتعرف على وسائل الإعلام الجماهيرية إلا بعدنا بوقت طويل، كما أن بعضها عرف ألواناً من النظم السلطوية التي كانت أكثر قسوة وعنفاً على وسائل الإعلام من السلطة عندنا، ورغم ذلك نجحت شعوب هذه المجتمعات في إزالة النظم السلطوية، ويعيش أغلبها في ظل نظم إعلامية ديموقراطية.

فما هي مشكلتنا بالضبط مع الإعلام والديموقراطية؟

حقيقة الأمر أننا لا نعاني من مشكلة مع الإعلام والديموقراطية فقط، وإنما نعاني في الوقت نفسه مشكلة مع السياسة والديموقراطية، ومع الاقتصاد والديموقراطية، ومع المجتمع والديموقراطية، ومع الثقافة والديموقراطية،

فمشكلة الديمقراطية لا نعاني منها في الإعلام وحده، وإنما نعاني منها في كافة أوجه حياتنا.

وعلىنا أن نعترف صراحة بالحقيقة القائلة بأن النظام الإعلامي في مجتمع ما ليس سوى انعكاس للنظام السياسي والاقتصادي والاجتماعي والثقافي القائم في هذا المجتمع. وعليه فلا يجب أن نتصور أنه يمكن وجود نظام إعلامي ديمقراطي في مجتمع غير ديمقراطي. إن القارئ المدقق للتشريعات الإعلامية عندما سوف يكتشف أن مساحة الحريات الديمقراطية التي تتمتع بها وسائل الإعلام أوسع مما تسمح به هذه التشريعات، وهذه ميزة نعترف بها، وقد فرضتها المتغيرات الدولية والثورة التكنولوجية، ولكن خطورة هذا الوضع يتمثل في الطبيعة الموقّعة لمثل هذه الحريات الإعلامية، فالسلطة التي سمحت بها اليوم يمكن أن تطيح بها غداً، مع غياب الأساس القانوني الذي يصون ويحمي هذه الحريات الإعلامية، والخلاصة أن طموحنا في بناء نظام إعلامي ديمقراطي رهن بوجود نظام سياسي ديمقراطي، فالنظامين الإعلامي والسياسي، وجهان لعملة واحدة، ولا يمكن أن يوجد أحدهما في غياب الآخر.